

UNIQA Group auf einen Blick

Konzernkennzahlen	2020	2019	Veränderung
Angaben in Millionen Euro			
Verrechnete Prämien	5.261,2	5.062,8	+ 3,9 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (vor Rückversicherung)	304,1	309,8	- 1,8 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.565,3	5.372,6	+ 3,6 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	3.010,3	2.846,8	+ 5,7 %
davon Krankenversicherung	1.167,6	1.130,8	+ 3,2 %
davon Lebensversicherung	1.387,5	1.394,9	- 0,5 %
davon laufende Prämieinnahmen	1.294,3	1.290,3	+ 0,3 %
davon Einmalerläge	93,2	104,6	- 10,9 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.565,3	5.372,6	+ 3,6 %
davon UNIQA Österreich	3.837,5	3.800,8	+ 1,0 %
davon UNIQA International	1.705,4	1.561,2	+ 9,2 %
davon Rückversicherung	1.162,7	1.129,2	+ 3,0 %
davon Konsolidierung	- 1.140,3	- 1.118,7	+ 1,9 %
Abgegrenzte Prämien im Eigenbehalt	5.029,5	4.861,1	+ 3,5 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	2.809,0	2.678,4	+ 4,9 %
davon Krankenversicherung	1.163,6	1.123,0	+ 3,6 %
davon Lebensversicherung	1.057,0	1.059,6	- 0,2 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (nach Rückversicherung)	304,1	309,8	- 1,8 %
Abgegrenzte Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.333,7	5.170,8	+ 3,1 %
Versicherungsleistungen¹⁾	- 3.694,6	- 3.666,1	+ 0,8 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 1.775,1	- 1.719,5	+ 3,2 %
davon Krankenversicherung	- 963,1	- 969,3	- 0,6 %
davon Lebensversicherung ²⁾	- 956,4	- 977,3	- 2,1 %
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt³⁾	- 1.566,4	- 1.407,1	+ 11,3 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 970,7	- 861,2	+ 12,7 %
davon Krankenversicherung	- 225,0	- 187,8	+ 19,8 %
davon Lebensversicherung	- 370,7	- 358,1	+ 3,5 %
Kostenquote (nach Rückversicherung)	29,4 %	27,2 %	-
Combined Ratio (nach Rückversicherung)	97,8 %	96,4 %	-
Kapitalanlageergebnis	505,4	585,2	- 13,6 %
Ergebnis vor Steuern	57,1	232,0	- 75,4 %
Periodenergebnis	24,3	175,1	- 86,1 %
Konzernergebnis	19,4	171,0	- 88,6 %
Operating Return on Equity	0,6 %	5,4 %	-
Kapitalanlagen	22.319,2	20.624,8	+ 8,2 %
Eigenkapital	3.450,1	3.367,7	+ 2,4 %
Eigenkapital inklusive Anteilen ohne beherrschenden Einfluss	3.474,8	3.387,1	+ 2,6 %
Versicherungstechnische Rückstellungen im Eigenbehalt ⁴⁾	23.796,8	22.083,9	+ 7,8 %
Bilanzsumme	31.908,0	28.673,8	+ 11,3 %
Anzahl der Versicherungsverträge	25.058.554	20.923.632	+ 19,8 %
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (FTE)	13.408	13.038	+ 2,8 %

¹⁾ Inklusive Aufwendungen für Gewinnbeteiligung und Prämienrückgewähr

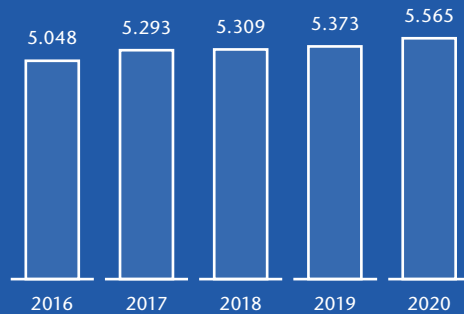
²⁾ Inklusive Aufwendungen für die (latente) Gewinnbeteiligung

³⁾ Abzüglich Rückversicherungsprovisionen und Gewinnanteilen aus Rückversicherungsabgaben

⁴⁾ Inklusive versicherungstechnischer Rückstellungen der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung

Verrechnete Prämien

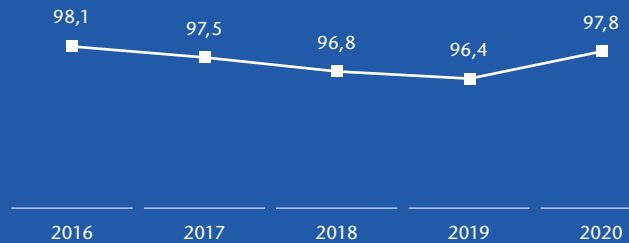
Angaben in Millionen Euro



(Inklusive Sparanteilen der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

Combined Ratio

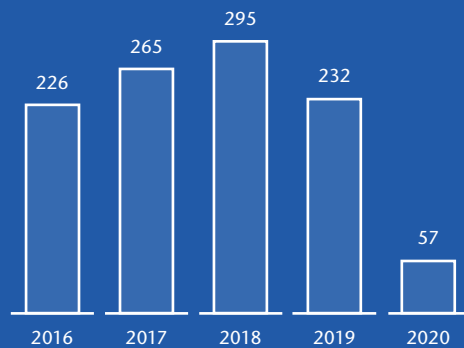
Angaben in Prozent



(Nach Rückversicherung)

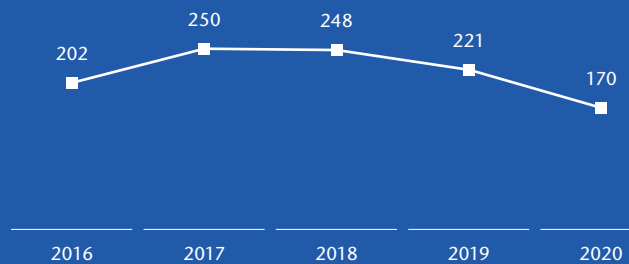
Ergebnis vor Steuern

Angaben in Millionen Euro



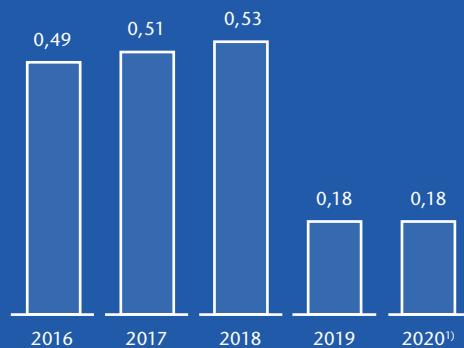
Regulatorische Kapitalquote (SCR)

Angaben in Prozent



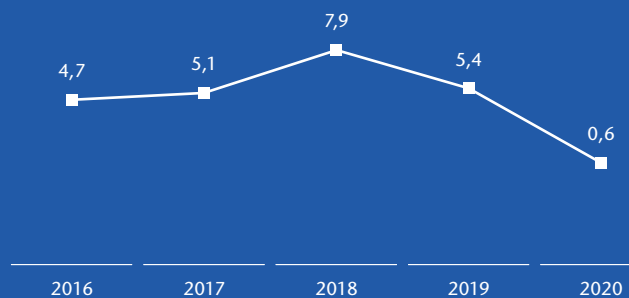
Dividende je Aktie

Angaben in Euro



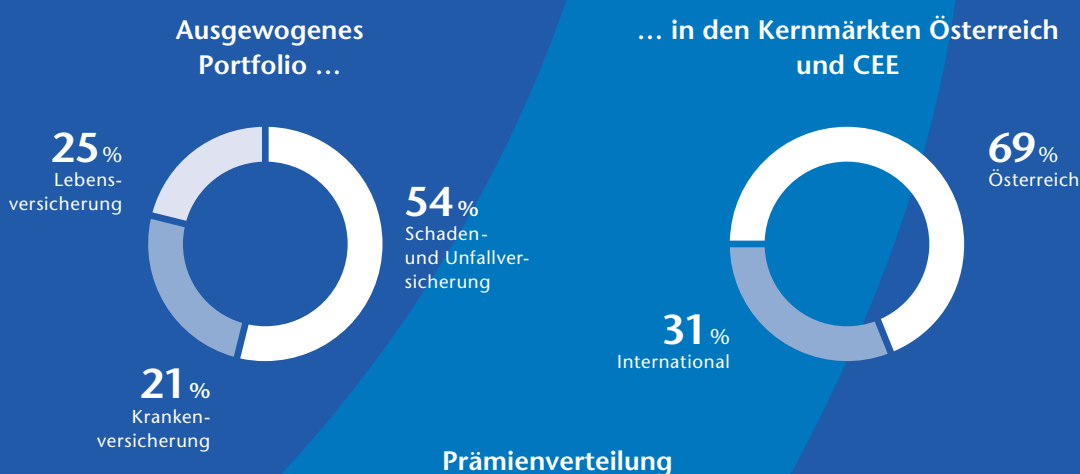
Return on Equity

Angaben in Prozent



¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgesellschaften in ihren Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 23.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartnerinnen und -partner betreuen in 18 Ländern rund 15,5 Millionen Kundinnen und Kunden. In Österreich ist UNIQA mit einem Marktanteil von über 21 Prozent die zweitgrößte Versicherungsgruppe. In der Wachstumsregion CEE ist UNIQA in 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine und Ungarn. Darüber hinaus zählen auch Versicherungen in der Schweiz und Liechtenstein zur UNIQA Group.



Highlights 2020	2
Brief des CEO	4
UNTERNEHMEN	8
Mission	9
Unternehmensgeschichte	9
Märkte	10
Group Executive Board	12
STRATEGIE	14
UNIQA 3.0	15
Aufstieg in die Top-Liga in CEE	24
Fit in die Zukunft	26
STAKEHOLDER	28
Inspiring Coaches – Kundinnen und Kunden	29
Attraktiv(st)e Arbeitgeberin – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	32
Investment mit Potenzial – Investorinnen und Investoren	35
Corporate Governance	38
Corporate-Governance-Bericht ¹⁾	39
Bericht des Aufsichtsrats	50
Performance 2020	54
Konzernlagebericht ²⁾	56
Konzernabschluss ²⁾	76
Erläuterungen zum Konzernabschluss ²⁾	85
Risikobericht ²⁾	154
Bestätigungsvermerk	171
Service	177
Glossar	177
Kennzahlenüberblick 2015–2020	182
Impressum	183

¹⁾ Extern evaluiert

²⁾ Geprüft

Seeding the **FUTURE**

Neue Kundinnen und Kunden: Eine Milliarde Euro an Investitionen für fünf Millionen neue Kundinnen und Kunden in CEE, für 800 Millionen Euro mehr Prämien und für viel Know-how unserer neuen Kolleginnen und Kollegen!

Neue Verantwortung: Besondere Unterstützung für unsere Privat- sowie Firmenkundinnen und -kunden, mit Covid-19 und seinen Folgen bestmöglich umzugehen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben – bei allen eigenen Belastungen – Großes geleistet und machen uns stolz!

Neue Strategie: Covid-19 hat uns bewiesen, dass wir auf der richtigen Spur sind. Radikale Kundenzentrierung, Simplifizierung, Investitionen in Digi, Data, IT und Gesundheit. Und für Sie als unsere Eigentümerinnen und Eigentümer wieder attraktive, verlässliche Returns. Interessiert auch Sie, so wie Albert Einstein, Ihre Zukunft mehr als die Vergangenheit, da sie in Ersterer zu leben gedenken? Uns auch! Deswegen bauen wir sie jetzt: „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“!

Highlights 2020

Zwei Anleihen erfolgreich platziert: Finanzierung des AXA-Kaufs und Green Bond

Anleihen im Volumen von 800 Millionen Euro – einen Senior Bond über 600 Millionen Euro und einen Green Bond über 200 Millionen Euro – haben wir im Juli 2020 erfolgreich emittiert. Die Investorennachfrage war beachtlich: Der Senior Bond war mehr als fünffach überzeichnet, die grüne Nachranganleihe – der erste Green Bond einer Versicherung in Österreich – sogar mehr als neunfach. Während die Mittel aus dem Senior Bond der Finanzierung des AXA-Kaufs dienen, fließt der Erlös aus dem Green Bond in Projekte zum Schutz von Umwelt und Klima, so etwa in Windenergie, Solarenergie, umweltschonende Transportlösungen oder Abfall- und Wasserverwertung. Der nachhaltige Charakter dieser Emission wurde auch durch die Verleihung des Österreichischen Umweltzeichens für Nachhaltige Finanzprodukte unterstrichen. Trotz dieser beiden Emissionen hat die Ratingagentur Standard & Poor's ihr Rating A- mit stabilem Ausblick bestätigt.

UNIQA überzeugt mit innovativen digitalen Services

Seit Jahren setzt UNIQA in der Betreuung ihrer Kundinnen und Kunden verstärkt auf digitale Tools. Ein Beispiel dafür ist die myUNIQA App von UNIQA Österreich, die seit 2018 unseren 24/7-Serviceanspruch in die mobile Onlinewelt übersetzt. Über das mobile Kundenportal können bereits 150.000 Userinnen und User Informationen abrufen, Schäden melden oder Arzt- und Medikamentenrechnungen einreichen, wann und wo immer sie möchten. Das hilft besonders in Corona-Zeiten: Allein im Jahr 2020 verzeichnete die App mehr als 2,1 Millionen Zugriffe. Sehr gut angenommen wurde auch das 2020 neu geschaffene Angebot von ärztlicher Beratung per Video via Smartphone, Tablet oder Computer: Unmittelbar seit Beginn des ersten Lockdowns im März 2020 bieten wir allen Kundinnen und Kunden, die über eine Krankenversicherung mit dem Zusatzpaket Akut-Versorgt verfügen, die Möglichkeit zur telemedizinischen Betreuung – ortsunabhängig, ohne lange Wartezeit oder Terminvereinbarung.

UNIQA kauft AXA-Töchter in CEE: Aufstieg unter die Top 5

Rund 5 Millionen Kundinnen und Kunden, 2.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und 800 Millionen Euro Prämie – das sind die Eckdaten jener Gesellschaften der französischen AXA-Gruppe in Polen, der Slowakei und Tschechien, die wir 2020 um rund 1 Milliarde Euro erworben haben. Die Transaktion wurde nach Erteilung aller notwendigen Genehmigungen am 15. Oktober formal abgeschlossen, unmittelbar danach begann die Integration der erworbenen

Gesellschaften, die sich hervorragend in unsere langfristige Wachstumsstrategie fügen. Mit ihrem Schwerpunkt auf profitables Retail-Geschäft, einem ausgewogenen Produktmix und einem dichten Vertriebsnetzwerk ergänzen sie das bestehende Geschäft unserer Gruppe ideal. UNIQA stärkt mit diesem Zukauf die Position in den hart umkämpften CEE-Wachstumsmärkten nachhaltig und rückt in der Region zur Nummer fünf auf.

Neue Geschäftsmodelle im Aufwind: CHERRISK und SanusX

Wichtige Fortschritte erzielte die UNIQA Group 2020 mit zwei neuen Geschäftsmodellen und verwirklicht damit bereits einen wichtigen Ansatz ihrer neuen Strategie UNIQA 3.0. Unsere digitale Zweitmarke CHERRISK (cherrisk.com) – sie bietet online einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen an – expandiert angesichts der positiven Erfahrungen in Ungarn nun nach Deutschland. Mit SanusX (sanusx.com) wieder-

um möchten wir uns über das reine Versicherungsgeschäft hinaus als holistische Gesundheitsanbieterin etablieren. Als Antwort auf die steigenden Covid-19-Fallzahlen hat SanusX auch gleich ein erstes Produkt auf den Markt gebracht: SanusX Health Shield bietet Unternehmen schnelle, einfache und zuverlässige Covid-19-Testungen an individuellen Standorten in ganz Österreich an.

„Stopp Corona“-App: namhafter Beitrag der UNIQA Stiftung

Sofort nach Ausbruch der Corona-Krise im März 2020 ermöglichte die UNIQA Stiftung, mit einem Anteil von 49 Prozent Hauptaktionärin der UNIQA Group, durch eine Spende in Höhe von 2 Millionen Euro die Entwicklung der „Stopp Corona“-App des Österreichischen Roten Kreuzes. Insgesamt wurde die App rund 1,4 Millionen Mal heruntergeladen und konnte mit über 12.000 Warnmeldungen dazu beitragen, Infektionsketten zu unterbrechen und zahlreiche Menschen vor einer Ansteckung zu schützen.

Nachhaltigkeits- strategie definiert, Umsetzung gestartet

Große Fortschritte hat UNIQA im Jahr 2020 auch in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz gemacht. So haben wir den UN Global Compact (UNGC) unterschrieben und verpflichten uns damit zur konsequenten Einhaltung der zehn Prinzipien dieses Pakts in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Antikorruption. Ebenso unterschrieben haben wir die Principles for Sustainable Insurance und die Principles for Responsible Investment der Vereinten Nationen und berücksichtigen beide Regelwerke auch bereits in unserer neuen Strategie UNIQA 3.0. Neben einem Kohleausstieg in unserer Veranlagung bekennen wir uns auch zu einer kontinuierlichen Reduktion unseres eigenen CO₂-Fußabdrucks und machen unsere Fortschritte durch transparente Offenlegung und international anerkannte externe Ratings nachvollziehbar. 2020 haben wir unter anderem Ratings von ISS ESG und CDP erhalten und mit C– und B– eine gute Startposition erreicht.

Rotes Kreuz zeichnet UNIQA aus: heraus- ragendes humanitä- res Engagement

In Anerkennung des Beitrags zur „Stopp Corona“-App, aber auch für die Unterstützung beim Aufbau einer Stammzellspender-Datenbank und beim Ausbau des Defibrillatoren-Netzwerks in Österreich ging der Humanitätspreis der Heinrich-Treichl-Stiftung des Österreichischen Roten Kreuzes 2020 an die UNIQA Stiftung und die UNIQA Group. Bereits im November 2018 hatte unsere Stiftung zum Aufbau der neuen Stammzellspender-Datenbank des Roten Kreuzes maßgeblich beigetragen, dank einer weiteren Spende konnten seit 2019 an rund 100 Schulen sowie anderen öffentlich zugänglichen Orten Defibrillatoren angebracht werden.

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

vor der Entscheidung im letzten April, aufgrund von Covid-19 für das Geschäftsjahr 2020 eine Gewinnwarnung sowie den Entfall der Dividende zu kommunizieren, hatten wir mehrere Szenarien sorgfältig berechnet. Wir hatten dabei zwar – korrekterweise – alle potenziell belastenden Effekte miteinbezogen, die **Robustheit unseres Kerngeschäfts** haben wir jedoch unterschätzt.

Ergebnis über Erwartungen erlaubt Dividende

Als Folge davon ist das abgelaufene Geschäftsjahr wirtschaftlich nicht nur deutlich besser verlaufen als damals gedacht, sondern wir konnten in diesem außergewöhnlichen Transformationsjahr sogar eine Reihe an **einmaligen Sonderbelastungen** verdauen:

- 99 Millionen Euro an Restrukturierungsrückstellungen als Basis für die Senkung unserer künftigen Kostenbasis
- 39 Millionen Euro für einmalige Integrationskosten aus der AXA-Akquisition
- 106 Millionen Euro für Wertminderungen von Firmenwerten in CEE

„... dank der
**Robustheit unse-
res Kerngeschäfts
ist das abgelaufene
Geschäftsjahr wirt-
schaftlich deutlich
besser gelaufen als
gedacht ...“**

Das nach Abzug dieser drei einmaligen Sonderbelastungen in Höhe von insgesamt 244 Millionen Euro ausgewiesene **Ergebnis vor Steuern von 57 Millionen Euro** erlaubt uns, entgegen unserer ursprünglichen Prognose vom April 2020 der Hauptversammlung am 31. Mai 2021 sehr wohl eine **Dividende** für das Geschäftsjahr 2020 vorzuschlagen: genauso wie für das Vorjahr wieder **18 Cent pro Aktie**.

Prämien steigen um 3,6 Prozent

Covid-19 hat vor allem zwischen April und Juni 2020 unser Neugeschäft stark gebremst: Viele Europäerinnen und Europäer hatten andere Sorgen, als an den Kauf von Versicherungen zu denken. Es war unseren Kundenbetreuerinnen und -betreuern oft nicht möglich, bestehende oder potenzielle Kundinnen und Kunden physisch zu treffen. Auch die Filialen unserer wichtigsten strategischen Partnerin, der Raiffeisen Bankengruppe, waren teilweise geschlossen und verzeichneten stark reduzierten Kundenverkehr.

Das ausgewiesene **Prämienwachstum von 3,6 Prozent** lag deshalb deutlich über unseren Erwartungen. Abzüglich der Prämienbeiträge von 212 Millionen Euro der neu erworbenen AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien, die im 4. Quartal 2020 erstmals konsolidiert wurden, verzeichneten wir – trotz des massiv reduzierten Neugeschäfts im 2. Quartal – insgesamt nur einen leichten Rückgang von 0,4 Prozent. Wir sind stolz auf die Leistungen unserer Kolleginnen und Kollegen im Verkauf und in der Kundenbetreuung:

- In **Österreich** wuchsen wir um zufriedenstellende **1,0 Prozent**.
- **International** legten wir – inklusive der neu erworbenen AXA-Gesellschaften – um **9,2 Prozent** zu. Ohne AXA verzeichneten wir einen Rückgang um 4,3 Prozent, vor allem aufgrund des deutlich zurückgegangenen Produktionsvolumens in der Kooperation mit der Raiffeisen Bank International. Bereinigt um Währungsdifferenzen beträgt dieser Rückgang in CEE lediglich 0,7 Prozent.

Unsere **Kundenanzahl** von rund 10 Millionen (ohne AXA) haben wir gehalten. Rechnet man die Kundinnen und Kunden der neu erworbenen Gesellschaften hinzu, liegen wir bereits bei mehr als 15 Millionen. Das Stornoverhalten war dabei trotz Covid-19 unauffällig. Unsere gestützte **Markenbekanntheit** in Österreich ist mit 75 Prozent unverändert führend, unsere **Preise** konnten wir – von einigen lokalen Ausnahmen im Motorgeschäft abgesehen – in einem schwierigen Umfeld größtenteils unverändert durchsetzen.

Schaden- bzw. Leistungsquoten verbessert

In der **Schaden- und Unfallversicherung** leisteten wir 2020 um 42 Millionen Euro mehr für Unwetterschäden als im Vorjahr, die Belastung durch Großschäden war ebenfalls hoch, und für Zahlungen rund um Covid-19 haben wir – vor allem für Betriebsunterbrechungen – etwa 70 Millionen Euro vorgesehen. Da sich der erfreuliche Trend des sinkenden Kfz-„Basisschadens“ auch im Jahr 2020 fortgesetzt hat, ist die **Schadenquote** trotz dieser Belastungen auf sehr gute 63,2 Prozent gesunken (2019: 64,2 Prozent).

In der **Krankenversicherung** ist die **Leistungsquote** um 2,7 Prozentpunkte auf 82,8 Prozent gesunken, in der **Lebensversicherung** trotz einmaliger Aufwendungen von 23 Millionen Euro um 1,4 Prozentpunkte auf 92,6 Prozent. Die Übersterblichkeit, die sich in Österreich aufgrund von Covid-19 gegen Jahresende gezeigt hat, spiegelt sich in unserem Portfolio (noch) nicht wider.

Unsere **Kosten** stiegen um 11,3 Prozent und damit deutlich stärker als die verrechneten Prämien (+ 3,6 Prozent). Ohne die oben erwähnten Restrukturierungsaufwendungen und Integrationskosten von insgesamt 137 Millionen Euro, die nichts mit dem laufenden Betrieb zu tun haben, liegt der Anstieg – er beruht auf anhaltend hohen Investitionen in die IT und strategische Projekte – bei 2,6 Prozent. Dem strikten Kostenmanagement und der konsequenten Reduktion der Kostenquote gilt im Rahmen unseres neuen Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ deshalb unser besonderes Augenmerk.

„... rechnet man die von AXA neu erworbenen Gesellschaften hinzu, liegen wir bereits bei mehr als 15 Millionen Kundinnen und Kunden ...“

Hohe Stabilität in Operations und IT

Trotz Covid-19 und der damit verbundenen Arbeit der meisten Kolleginnen und Kollegen von zu Hause aus verzeichneten Operations und IT in **Österreich** im vergangenen Jahr **hohe Stabilität**.

Abgesehen von der raschen Umsetzung des **Homeoffice** für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Backoffice im März stärkte die **IT** ihre Governance und Security und ging – parallel zur Unterstützung beim Bau des neuen Kernsystems UIP – auch mit neuen Frontend-Systemen in Produktion. **Operations** konnte unsere Service-Levels erfolgreich einhalten: Rückstände im Service gab es nur bei den Lockdown-bedingt zeitgleich eingegangenen, sehr zahlreichen Kundenanfragen nach Leistungen für Betriebsunterbrechungen.

In **CEE** galt der Schwerpunkt sowohl von Operations als auch von IT der vorbereitenden **Integration der AXA-Gesellschaften** in unseren Kernmärkten Polen, Slowakei und Tschechien.

Rückläufige Kapitalerträge und Solvenzquote

Die **Nettoerträge aus Kapitalanlagen** von 505 Millionen Euro lagen um 14 Prozent bzw. um 80 Millionen Euro unter dem Wert des Vorjahres. Die beiden wichtigsten Gründe dafür sind die im Jahr 2020 nicht durchgeführten Verkäufe von Immobilien (2019: 45 Millionen Euro an außerordentlichen Erträgen) sowie Impairments bei Beteiligungen, Aktien, Aktienfonds und festverzinslichen Wertpapieren (34 Millionen Euro). Die **durchschnittliche Rendite bei unseren Neuveranlagungen** (etwa 3 Milliarden Euro) reduzierte sich deutlich von 2,8 Prozent auf 2,07 Prozent.

Ausgehend von einem Wert von 221 Prozent per Jahresende 2019 sank unsere regulatorische Kapitalquote nach Solvency II im Jahresvergleich spürbar auf 170 Prozent: Etwa 20 Prozentpunkte dieses Rückgangs sind dem allgemeinen Zinsrückgang im Jahr 2020 geschuldet, etwa 30 Prozentpunkte resultieren aus der Übernahme der AXA-Gesellschaften.

„... unser neues
Strategieprogramm
,UNIQA 3.0 – Seeding the Future‘ ist
unsere kraftvolle,
optimistische Antwort
auf die großen
Megatrends in unserer
Industrie ...“

Bilanzierung und Unternehmenssteuerung

- In weniger als zwei Jahren, im Jänner 2023, werden **IFRS 17 und IFRS 9** eingeführt. Dieses Großprojekt ist mit einem Gesamtaufwand von mehr als 50 Millionen Euro nicht nur kosten- und ressourcenintensiv, sondern verändert aufgrund neuer Wirkungszusammenhänge, der noch stärkeren Berücksichtigung langfristiger Werttreiber und einer in die Zukunft gerichteten, investorenorientierten Betrachtung des Geschäftsverlaufs die Art unserer Unternehmenssteuerung grundlegend. Wir haben deshalb diesem Thema bei Schulungen für Management und Aufsichtsrat einen besonderen Schwerpunkt gegeben.
- Wie berichtet, hat die Österreichische Prüfstelle für Rechnungslegung (OePR) im Jahr 2020 eine Enforcement-Prüfung unseres Jahresfinanzberichts 2019 sowie der Halbjahresfinanzberichte 2019 und 2020 durchgeführt. Während sich hier in den meisten Prüfgebieten keine Feststellungen ergaben, zeigte die Analyse der Werthaltigkeitstests für die Firmenwerte in Rumänien und Bulgarien, dass die von uns zugrunde gelegten Wachstumsannahmen und Abzinsungssätze zum Teil nicht den Vorgaben der IFRS entsprachen. Dies führte zu einer nachträglichen Wertminderung der Firmenwerte in Rumänien und Bulgarien um 55 Millionen Euro. Die entsprechende Anpassung erfolgte als Fehlerkorrektur des Jahresergebnisses 2019 gemäß IAS 8 und blieb ohne Auswirkung auf das Ergebnis des Jahres 2020. Wir haben den Kapitalmarkt darüber mittels einer Ad-hoc-Mitteilung informiert.

UNIQA 3.0 – Seeding the Future

Unser neues Strategieprogramm, das wir im November vorgestellt haben und das sich von 2021 bis 2025 erstreckt, ist unsere **kraftvolle, optimistische Antwort** auf die vier großen Megatrends in unserer Industrie: Niedrigzins und ökonomische Machtverschiebung, demografischer und sozialer Wandel, Innovation und Digitalisierung sowie Klimawandel und Nachhaltigkeit.

„... UNIQA 3.0 ist für unsere Investorinnen und Investoren attraktiv ...“

Aufbauend auf einer besonders schlanken Konzernstruktur steuern wir seit Jänner 2020 deshalb das **klassische Versicherungsgeschäft** in allen unseren Märkten nach den drei Kundengruppen Retail, Corporate und Bank. Oberstes Prinzip ist radikale Kundenorientierung bei einer gleichzeitigen deutlichen Senkung der Kostenquote.

Innovationen in **disruptive Geschäftsmodelle** treiben wir – bewusst außerhalb des klassischen Versicherungsgeschäfts – in unserem digitalen „Low-Cost Carrier“ **CHERRISK** sowie in unserem Corporate-Health-Start-up **SanusX** voran.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ ist ein **für unsere Investorinnen und Investoren attraktives Strategieprogramm**: Ein durchschnittliches jährliches Prämienwachstum von 3 Prozent, eine deutliche Senkung des Kostensatzes auf etwa 25 Prozent und eine Reduktion der Combined Ratio auf netto 93 Prozent ermöglichen einen **Return on Equity von 8 bis 10 Prozent**. Wir wollen die **Dividende pro Aktie auf das Niveau der Vor-Corona-Zeit zurückführen und sie wieder – bei einer Payout Ratio von jeweils 50 bis 60 Prozent – jährlich erhöhen**. Die regulatorische Solvenzquote soll dabei jedes Jahr deutlich über 170 Prozent liegen, unsere Verschuldungsquote wollen wir von derzeit etwa 42 Prozent auf deutlich unter 35 Prozent reduzieren.

Das schwierige Transformationsjahr 2020 hat bewiesen, wie robust unser Kerngeschäft in ganz Europa ist. Mit UNIQA 3.0 setzen wir darauf auf und treiben die Weiterentwicklung unserer Unternehmensgruppe entschlossen voran! Ich danke Ihnen, meine sehr verehrten Damen und Herren, im Namen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von UNIQA herzlich für Ihr Interesse an unserer Arbeit sowie Ihr Vertrauen und bin sehr zuversichtlich, dass wir es bereits im ersten Jahr unseres neuen Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ rechtfertigen werden!

Wien, im April 2021

Mit freundlichen Grüßen

Sr

A. Vetter

Andreas Brandstetter

im Namen des Group Executive Board

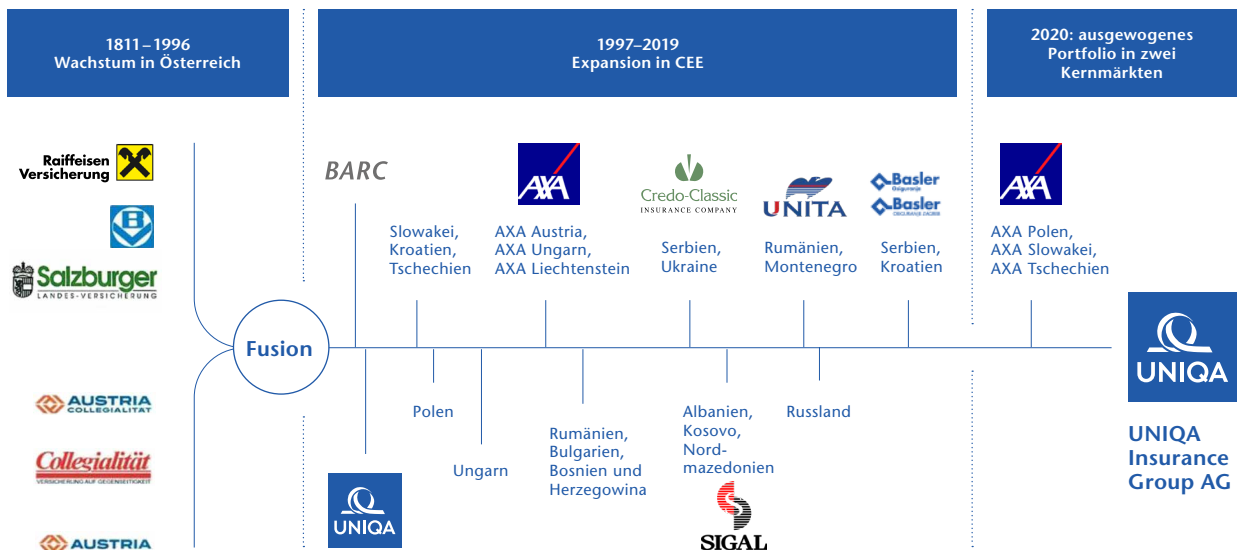
Wofür wir **STEHEN**

Gemeinsam besser leben.

Seit 1811 vertrauen uns Menschen und versichern sich bei uns. Unsere Aufgabe ist seither unverändert: Risiken, welche die oder der Einzelne alleine nicht tragen kann, werden auf die Schultern unserer Gemeinschaft verteilt. Wir setzen auf diese vereinte Kraft unserer Gemeinschaft, um im Leben unserer Kundinnen und Kunden einen Unterschied zu machen und ihnen Leistungen anzubieten, die über eine reine Schutzfunktion hinausgehen.

Als Betreuerinnen und Betreuer einer Gemeinschaft von mehr als 15 Millionen Menschen in 18 Ländern verstehen wir es als unseren Auftrag, das Leben unserer Kundinnen und Kunden und das ihrer Nächsten als verlässliche Begleiterinnen und Begleiter, als Inspiring Coaches mit innovativen Angeboten und täglich relevanten Services zu verbessern und gleichzeitig unsere vereinte Kraft genauso für die nachhaltige, verantwortungsbewusste Entwicklung unserer Gesellschaft und Umwelt einzusetzen.

Seit über 200 Jahren als Dienstleisterin aktiv



VERANTWORTUNG

für mehr als 15 Millionen Kundinnen und Kunden

Erstklassiger Service für rund 15,5 Millionen Kundinnen und Kunden in Österreich und Zentraleuropa ist die Basis für Erfolg und Zukunftspotenzial der UNIQA Group. Während wir in Österreich, unserem Heimatmarkt, traditionell fest verankert sind, setzen wir in Zentraleuropa auf einen konsequenten Wachstumskurs. Gerade die Akquisition der AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien hat unsere Marktposition in dieser vielversprechenden Region im vergangenen Jahr erheblich gestärkt.

Österreich: starke Marke, starke Position

In unserem Heimatmarkt Österreich sind wir seit mehr als 200 Jahren im Versicherungsgeschäft aktiv. Mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent liegen wir heute an zweiter Stelle aller heimischen Versicherer, in der Krankenversicherung sind wir die Nummer eins. Direkt oder gemeinsam mit unserer Bank- und Vertriebspartnerin Raiffeisen betreuen wir in Österreich 3,7 Millionen Kundinnen und Kunden.

Bestimmende Elemente unserer guten Marktposition sind innovative Produkte, ein schlagkräftiger Vertrieb sowie die bestens verankerten Marken UNIQA und Raiffeisen. Das nach dem Ende der Covid-19-Krise zu erwartende deutliche Wirtschaftswachstum, ein stabiles politisches Umfeld und ein umsichtiger Regulator eröffnen auch für die Zukunft gute Perspektiven. Denn nach wie vor besteht im österreichischen Versicherungsmarkt Potenzial: Im Schnitt geben die Österreicherinnen und Österreicher derzeit 2.002 Euro pro Jahr für Versicherungen aus. Verglichen mit anderen westeuropäischen Ländern ist dies – vor allem angesichts des hohen Lebensstandards hierzulande – immer noch relativ wenig.

CEE: hohes Aufholpotenzial bei der Versicherungsdichte
Weit entfernt von Versicherungsausgaben dieser Höhe ist derzeit noch Zentral- und Osteuropa. Bei einer durchschnittlichen jährlichen Prämie von 233 Euro pro Kopf trägt CEE nach der Akquisition der AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien insgesamt rund 40 Prozent zu den Prämien der UNIQA Group bei. Doch die Region holt auf: In den weiter entwickelten zentraleuropäischen Versicherungsmärkten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn, die wir als unseren zweiten Kernmarkt definiert haben, liegt die durchschnittliche Prämie pro Kopf bereits bei rund 425 Euro, und das bei steigender Tendenz.

Für UNIQA eröffnet das attraktives Potenzial: Mit rund 11,7 Millionen Menschen sind bereits drei Viertel unserer Kundinnen und Kunden in CEE zu Hause. Diese Region – sie beherbergt ca. 155 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner bzw. mit Russland sogar mehr als 300 Millionen – verzeichnet seit Jahren einen beachtlichen wirtschaftlichen Aufschwung. Zwar kam es durch Covid-19 im vergangenen Jahr auch hier zu einem merklichen Wirtschaftseinbruch, dennoch entwickelten sich die Versicherungsmärkte der Region insgesamt weitgehend stabil. Und mit zunehmender Besserung der gesamtwirtschaftlichen Lage nach der Pandemie wird auch die Versicherungsdichte wieder weiter steigen.

Denn mit immer höherem Wohlstand treten neben die Kfz-Haftpflichtversicherung, die traditionell das größte Volumen in CEE repräsentiert, vermehrt auch Versicherungen für Wohnung und Eigenheim sowie Produkte für den personenbezogenen Schutz wie Unfall- und Krankenversicherungen.

Um dieses Wachstumspotenzial zu nutzen, setzen wir auch in CEE auf einen starken Vertrieb und auf unsere bewährte Partnerschaft mit Raiffeisen sowie in einigen Ländern auch mit der Addiko Gruppe und der mBank. Insgesamt erhalten wir durch diese Vertriebskooperationen mit den regional gut verankerten Banken Zugang zu deren rund 19 Millionen Kundinnen und Kunden in zwölf Ländern.



CEE: Region mit großem Wachstumspotenzial

Versicherungsausgaben pro Kopf und Jahr in Euro

Deutschland	2.614
Europäische Union	2.249
Österreich	2.002
Tschechien	542
Slowakei	478
Polen	391
Ungarn	368
Kroatien	350
Bulgarien	214
Montenegro	152
Russland	139
Serbien	131
Rumänien	119
Bosnien und Herzegowina	116
Nordmazedonien	83
Kosovo	56
Albanien	50
Ukraine	44

- Zentraleuropa (CE)
- Osteuropa (EE)
- Südosteuropa (SEE)
- Russland

Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

¹⁾ Die Marktposition in Russland bezieht sich nur auf die Lebensversicherung.

RU¹⁾
10

GROUP EXECUTIVE Board

Andreas Brandstetter, 51

ist seit 2002 Mitglied des Vorstands und seit 2011 dessen Vorsitzender. Vor seiner Zeit bei UNIQA leitete er das EU-Büro des Österreichischen Raiffeisenverbands in Brüssel. Der promovierte Politikwissenschaftler studierte in Wien und den USA (University of California, San Diego) und absolvierte einen Executive MBA an der California State University, Hayward/IMADEC. Andreas Brandstetter absolvierte postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business sowie an der Harvard Business School. Im Mai 2018 wurde er zum Präsidenten von Insurance Europe, der Interessenvertretung der europäischen Versicherungen und Rückversicherungen in Brüssel, gewählt.

Peter Eichler, 59

arbeitet seit 1999 als Mitglied des Vorstands in verschiedenen Gesellschaften der Gruppe, seit 2020 verantwortet er gruppenweit die Personenversicherung und das Asset-Management. Er ist Vorsitzender der Sektionen Kranken- und Lebensversicherung im Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs (VVO). Neben dem Studium der Handelswissenschaften absolvierte er auch ein Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien, das er mit einem Doktorat beendete. Er schloss an der Universität St. Gallen und an der Harvard Business School Executive-Programme ab.

Wolf-Christoph Gerlach, 41

ist seit 2020 für das Ressort Operations zuständig. Der studierte Betriebswirt startete seine Karriere bei der Allianz Gruppe, ab 2008 war er dann bei UNIQA im Bereich Bankvertrieb International tätig und leitete anschließend von 2010 bis 2012 den Bereich Konzernstrategie. Danach fungierte er für vier Jahre als Chief Operations Officer unserer rumänischen Tochtergesellschaft, bevor er ab 2016 als Retail-Vorstand für UNIQA in Ungarn tätig war. Wolf-Christoph Gerlach absolvierte eine postgraduale Weiterbildung an der Harvard Business School.

Peter Humer, 49

ist seit Jänner 2020 für den Bereich Kunde & Markt Österreich verantwortlich. Der promovierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler (Johannes Kepler Universität Linz) startete 1996 seine berufliche Laufbahn bei UNIQA im Vertrieb, gefolgt von unterschiedlichen nationalen und internationalen Positionen im Konzern. 2009 übernahm er die Position des Landesdirektors in Salzburg sowie eines Vorstandsmitglieds der Salzburger Landes-Versicherung AG. 2017 wurde Peter Humer Vorstandsmitglied für Vertrieb der UNIQA Österreich Versicherungen AG. 2019 absolvierte er eine Weiterbildung an der Harvard Business School.

Wolfgang Kindl, 54

verantwortet seit Jänner 2020 den Bereich Kunde & Markt International. Wolfgang Kindl arbeitet seit 1996 für den UNIQA Konzern, leitete von 2000 bis 2004 unsere Schweizer Tochtergesellschaft in Genf und fungierte ab 2005 als Geschäftsführer von UNIQA International. 2011 wurde er in den Konzernvorstand berufen und leitete als Vorstandsvorsitzender die UNIQA International. Er schloss ein Doktoratsstudium der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien ebenso ab wie ein Postgraduate-Studium in Environmental Management an der Donauuniversität Krems. Wolfgang Kindl absolvierte postgraduale Weiterbildungen am IMD in Lausanne sowie an der Harvard Business School.

René Knapp, 38

ist seit Jänner 2020 im Vorstand für den Bereich Human Resources, Marke und Nachhaltigkeit verantwortlich. Der studierte Mathematiker (TU Wien) und anerkannte Aktuar (Aktuarvereinigung Österreichs, AVÖ) startete im Jahr 2007 bei UNIQA und übernahm 2010 den Bereich Lebensversicherung Mathematik. Ab 2012 leitete er den Bereich Group Actuarial, der ab 2015 um das Risk Management und später noch um das Security Management erweitert wurde. Neben seiner Tätigkeit für UNIQA setzt sich René Knapp nicht nur als Mitglied des Vorstands der AVÖ und des Risikomanagement-Komitees der Actuarial Association of Europe (AAE) für den Berufsstand der Aktuarinnen und Aktuare ein, sondern nahm auch immer wieder Gastprofessuren an der Universität Salzburg und der TU Wien wahr. Auch er absolvierte Executive-Programme an der Harvard Business School und an der Sloan School of Management (MIT).



Erik Leyers, 51

gehört dem Vorstand seit 2015 an und ist für Data & IT verantwortlich. Der promovierte Volkswirt (Ludwig-Maximilians-Universität München) startete seine berufliche Laufbahn als wissenschaftlicher Assistent an seiner Heimatuniversität, bevor er 2001 als Berater und Projektmanager zu McKinsey wechselte. Ab 2003 war er in leitender Funktion bei der Allianz Gruppe in München für die Bereiche Geschäftsentwicklung und Shared Services sowie den globalen Non-IT- und IT-Einkauf verantwortlich. Erik Leyers absolvierte ebenfalls postgraduale Weiterbildungen an der Harvard Business School.

Klaus Pekarek, 64

ist seit Jänner 2020 für den Bereich Kunde & Markt Bank Österreich verantwortlich. Er ist seit 2009, als er den Vorstandsvorsitz der Raiffeisen Versicherung AG übernahm, für den UNIQA Konzern tätig. Der promovierte Jurist (Karl-Franzens-Universität Graz) absolvierte auch ein Studium der Betriebswirtschaftslehre und ist zertifizierter Bankkaufmann. Seinen Berufseinstieg hatte er als Vertragsassistent für Finanz- und Wirtschaftsrecht an der Universität Graz und an der Universität Klagenfurt. Mit 1984 übernahm er die

Leitung der Rechts- und Revisionsabteilung der Raiffeisen Landesbank Kärnten, ab 1988 war er 20 Jahre lang deren Vorstandsvorsitzender. Er absolvierte eine postgraduale Weiterbildung an der Harvard Business School.

Kurt Svoboda, 53

ist seit Juli 2011 im Konzernvorstand für die Bereiche Finanz- und Risikomanagement zuständig. Von Dezember 2017 bis Juni 2020 war er zusätzlich CEO der UNIQA Österreich Versicherungen AG. Seine Karriere startete er im Jahr 1992 bei der KPMG Austria GmbH in Wien, bevor er nach Leitungsfunktionen bei der Wiener Städtische Gruppe (heute VIG) und der AXA Versicherung AG im Jahr 2003 als Geschäftsführer der UNIQA Finanz-Service GmbH in den Konzern eintrat. Kurt Svoboda studierte in Wien Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Internationale Steuerlehre und Versicherungsbetriebslehre und absolvierte einen internationalen Managementlehrgang (IMEA) an der Universität St. Gallen sowie postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business und der Harvard Business School.

Was wir **SEIN WOLLEN**

Mehr als eine reine
Versicherung.

Unterwegs in eine **ERFOLGREICHE ZUKUNFT**

Die Gesellschaft steht vor massiven Herausforderungen: Neben dem ungebrochen niedrigen Zinsniveau verursacht die Covid-19-Pandemie eine schwere realwirtschaftliche Krise. Wohnen und Altersvorsorge werden teurer, die Vermögensverteilung ungleicher. Die Menschen in Europa werden immer älter und bekommen weniger Kinder. Die Digitalisierung bringt Chancen für Innovation, aber auch Umbrüche in Gesellschaft und Wirtschaft. Klimawandel und Naturkatastrophen stellen die Welt bereits jetzt vor große Herausforderungen in der Landwirtschaft und haben Einfluss auf die Gesundheit der Menschen. All dies stellt auch Unternehmen wie UNIQA vor die Frage, welchen Kurs sie in Zukunft steuern werden, um nachhaltig erfolgreich zu bleiben. Bereits 2011 hatte UNIQA deshalb vor diesem Hintergrund ihre langfristige Strategie UNIQA 2.0 formuliert.



UNIQA 2.0 (2011–2020)

Ein stabiles Fundament entsteht

Seit dem Launch der Konzernstrategie UNIQA 2.0 im Jahr 2011 hat sich bei UNIQA viel getan – von einer Verdoppelung unserer Kundenzahl über die deutliche Steigerung unserer Ertragskraft im Versicherungsgeschäft bis hin zum größten IT-Investitionsprogramm unserer Geschichte. Jüngster Höhepunkt war die Akquisition der AXA-Tochtergesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien mit insgesamt fünf Millionen Kundinnen und Kunden. Als Ergebnis all dieser Entwicklungen fühlen wir uns sehr gut aufgestellt, unsere Gruppe im Rahmen von UNIQA 3.0 zukunftsorientiert weiterzuentwickeln.

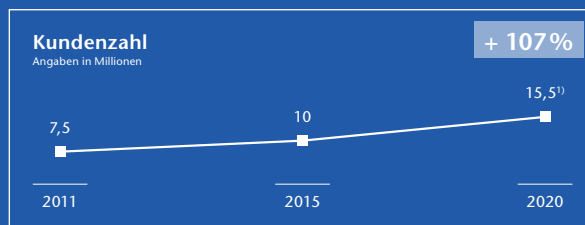
UNIQA 2.0

Ziele → Erfolge

1

Kundenwachstum

Kundenzahl bis 2020 von 7,5 Millionen auf 15 Millionen verdoppeln



2

Konzentration auf das Kerngeschäft

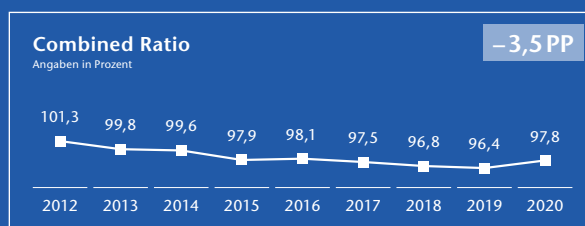
Konzentration auf das Kerngeschäft: Erstversicherung in den beiden Kernmärkten Österreich und CEE

	Desinvestments	Investments
Regional	Versicherungen in Deutschland und Italien	Basler (Kroatien, Serbien), AXA (Polen, Slowakei, Tschechien), EBRD-Anteile (CEE)
Business	Hotels, Mediengruppe	Spitäler

3

Umsetzung von Schlüsselprogrammen

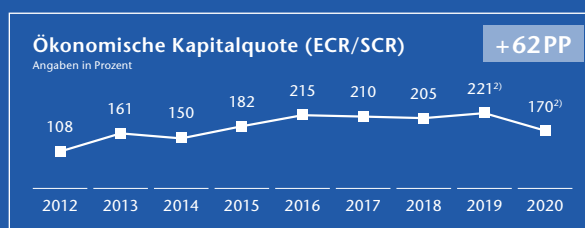
- UNIQA Österreich: Profitabilität erhöhen!
- Raiffeisen Versicherung: Produktivität steigern!
- UNIQA International: Profitables Wachstum!
- Risk/Return: Wertorientierte Steuerung!



4

Solide Kapitalbasis

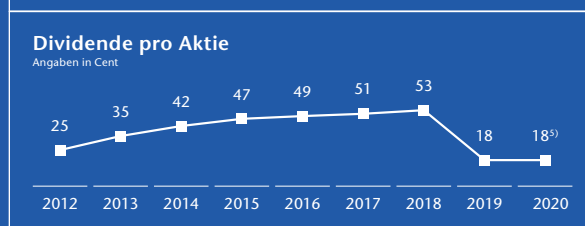
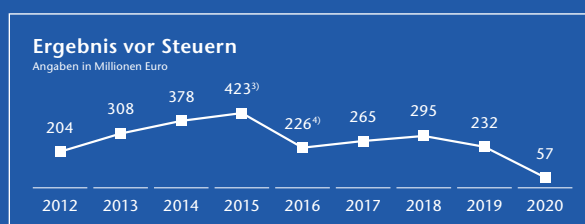
- Stärkung des Eigenkapitals
- Einfachere und börsenfreundliche Konzernstruktur
- Re-IPO 2013



5

Attraktive Finanzkennzahlen

Verbesserung des Ergebnisses vor Steuern um bis zu 400 Millionen Euro



¹⁾ Inklusive AXA-Gesellschaften
²⁾ 2019, 2020: regulatorische Kapitalquote (SCR)
³⁾ Inklusive Ergebnisbeitrag Italien
⁴⁾ Exklusive Ergebnisbeitrag Italien
⁵⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

UNIQA 3.0 (2021–2025) Seeding the Future

Aufbauend auf dieser guten Ausgangssituation möchten wir unsere Relevanz im Leben unserer Kundinnen und Kunden nachhaltig erhöhen. Dieser Leitgedanke ist Ausgangspunkt für unser neues Strategieprogramm UNIQA 3.0. Um ihm zu entsprechen, müssen wir uns erneut weiterentwickeln. Doch der Fokus hat sich verändert. Es reicht nicht aus, einfach nur eine Versicherung zu sein. Wir müssen und wollen mehr werden als das.

Megatrends verändern unser Geschäftsfeld nachhaltig

In einem ersten Schritt haben wir uns deshalb mit der Frage beschäftigt, wie die Zukunft für die Menschen generell aussehen wird. Dazu haben wir die wichtigsten globalen Megatrends samt ihren Auswirkungen auf unser Geschäft unter die Lupe genommen. Die Ergebnisse haben wir in das UNIQA Weltbild 2030 gegossen, das zugleich die Grundlage für das Strategieprogramm UNIQA 3.0 bildet.

- **Die Niedrigzins und ökonomische Machtverschiebung**
Neben dem konstant niedrigen Zinsniveau steht aufgrund der Covid-19-Krise eine der größten realwirtschaftlichen Krisen bevor. Die Auswirkungen der Niedrigzinspolitik spüren wir bereits in vielen Bereichen: Wohnen und Altersvorsorge werden teurer, die Vermögensverteilung wird ungleicher, und die Vermögenskonzentration nimmt zu. Die Staatsverschuldung in Europa wächst in besorgniserregendem Ausmaß, und wir können heute nur erahnen, welche Belastungen dadurch auf unsere Gesellschaft noch zukommen werden.
- **Demografischer und sozialer Wandel**
Die Menschen in Europa werden immer älter und bekommen weniger Kinder. Der Bedarf privater Vorsorgen steigt. In den UNIQA Kernmärkten etwa könnten

die Bevölkerungszahlen nach aktuellen Schätzungen von 160 Millionen im Jahr 2019 auf 153 Millionen im Jahr 2030 abnehmen. Dafür gibt es mehrere Gründe: Nettomigration und Fertilitätsraten sinken, während der Altersdurchschnitt steigt. Im Jahr 2030 werden ca. 25 Prozent der österreichischen Bevölkerung 65 Jahre oder älter sein. Der Urbanisierungstrend dürfte sich trotz der Coronapandemie ebenfalls verstärken: 2018 lebten in Österreich 60 Prozent der Bevölkerung in Urban Areas; 2050 könnten es 70 Prozent sein.

■ Innovation und Digitalisierung

Die Digitalisierung bringt Chancen, aber auch Umbrüche in Gesellschaft und Wirtschaft. Branchenfremde Konkurrenten verschärfen den Wettbewerb. Automatisierung und künstliche Intelligenz werden Menschen in vielen Bereichen ersetzen, umgekehrt werden auch neue Berufsbilder entstehen. Die Automatisierung von manuellen Standardtätigkeiten und die Nutzung künstlicher Intelligenz bilden hier die zwei Hauptbereiche. Beachtliche 40 Prozent der aktuellen menschlichen Tätigkeiten können automatisiert werden. Zu verzeichnen ist auch ein Trend zu mehr Kooperation. So wird es mehr Partnerschaften von Vollversicherern mit FinTech-Start-ups geben: Einem Anteil von 32 Prozent im Jahr 2016 stehen 45 Prozent im Jahr 2017 gegenüber, in den Jahren 2020 bis 2023 dürfte der Anteil auf 82 Prozent weiter deutlich steigen.

■ Klimawandel und Nachhaltigkeit

Ressourcen werden knapper, und die Klimaveränderung stellt uns bereits jetzt vor große Herausforderungen in der Landwirtschaft und bei der Gesundheit der Menschen. Neue Lösungen müssen gefunden werden. Bis 2065 steigt der jährliche Schaden durch Hochwasserereignisse in Österreich von durchschnittlich 400 Millionen Euro auf prognostizierte 1,6 Milliarden Euro. Vor diesem Hintergrund steigen die Anforderungen in Sachen Klimaschutz: Die EU hat es sich zum Ziel gesetzt, die Emissionen bis 2030 im Vergleich zu 1990 um 40 Prozent zu reduzieren und Europa bis 2050 zum ersten klimaneutralen Kontinent zu machen. Der Urbanisierungstrend verstärkt sich: 2018 lebten in Österreich 60 Prozent der Bevölkerung in Urban Areas; 2050 werden es 70 Prozent sein.

Diese Megatrends haben nicht nur großen Einfluss auf die Gesellschaftsstruktur und die Makroökonomie, sondern auch auf das Verhalten der Menschen und ihr Ver-

hältnis zum Konsum sowie ihre Erwartungen an eine Versicherung. Damit sind auch unser Geschäft und unsere „Ökosysteme“ – Gesundheit, Vorsorge, Wohnen und Mobilität – deutlich betroffen.

Unsere Antwort: UNIQA 3.0

Das Wachstumsprogramm „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ ist die positive Antwort auf die entlang dieser Megatrends entstehenden Herausforderungen. Unsere

übergeordnete Vision ist es, die Gesundheit und den Wohlstand unserer Kundinnen und Kunden zu verbessern und nicht nur die Folgen von Krankheit, Schaden und Verlust abzuwenden oder zu mildern. Dabei setzen wir auf maximale Kundenorientierung, indem wir uns konsequent an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden orientieren und Geschäftsfelder weiterentwickeln, die uns mehr positive Berührungspunkte mit unseren Kundinnen und Kunden ermöglichen.

Als Inspiring Coaches wollen wir verlässliche Begleiterinnen und Begleiter unserer Kundinnen und Kunden für die Verbesserung ihres Lebens sein. Menschen wollen, dass man sich kümmert. Und wir machen das besser als alle anderen.

Wir werden der führende Anbieter unter den Dienstleistern für ein besseres Leben sein. Unsere Guiding

Principles helfen uns, nach dieser Haltung zu handeln. Als Inspiring Coaches tragen wir eine unverrückbare Haltung im Herzen, die wir unserer Umwelt gegenüber einnehmen. Sie ist positiv, menschlich, baut auf der Kraft unserer Gemeinschaft auf und schafft Nutzen auf allen Ebenen.



Customer first

Wir organisieren uns entlang der Kundensegmente Retail, Corporate und Bank. Dabei orientieren wir uns entschieden an den Bedürfnissen und Ansprüchen unserer Kundinnen und Kunden und fragen sie nach ihrer Meinung. Das Kundenfeedback in einem Fünf-Sterne-Rating zeigt uns, ob wir diesem Prinzip gerecht werden.



Verantwortung

Wir alle übernehmen unternehmerische Verantwortung und suchen die beste und schnellste Lösung für unsere Kundinnen und Kunden. Wir agieren weder bürokratisch noch politisch, sondern unternehmerisch und kundenzentriert. Wir treffen Entscheidungen und geben auch unseren Kolleginnen und Kollegen diesen Raum.



Gemeinschaft

Wir unterstützen einander auch über abgegrenzte Zuständigkeiten hinaus, um unsere Kundinnen und Kunden bestmöglich zu servieren. Wir engagieren uns für die laufende Verbesserung unserer Zusammenarbeit. Wir leben Diversität – Intoleranz und Ausgrenzung haben bei uns keinen Platz.



Einfachheit

Wir stellen den Nutzen einfacher Lösungen über jenen von „Best-in-Class“-Lösungen. In unserer Zusammenarbeit stellen wir das persönliche Gespräch über die schriftliche Nachricht und reduzieren den Adressatenkreis auf jene Empfängerinnen und Empfänger, von denen eine Handlung erwartet wird. Wir antworten stets zeitnah und auf den Punkt.



Integrität

Wir stehen in allen unseren Handlungen entschieden zu unseren Werten und Richtlinien. Dabei leben wir eine transparente Kommunikation. Wir setzen alles daran, unsere gegebenen Versprechen einzuhalten.

Unsere GESCHÄFTSZIELE 2021–2025

Kosteneffizienz und Profitabilität Reduktion der Betriebskosten um 50 Mio. Euro netto

Attraktiver
Arbeitsgeber



Neue
Geschäftsmodelle

100 Mio. Euro Umsatz

Top 5 in Fokusbörsen
international

Top 5 in Non-Life in Polen, der Slowakei,
Tschechien und Ungarn beibehalten

Marktführer
in Österreich

Platz 1 in der Sach- und
der Krankenversicherung

Bester
Dienstleister



Finanzielle Kerninitiativen UNIQA 3.0

Finanzielle Kerninitiativen

Operative Erfolgsgrößen


Wachstum

1. Österreich – Marktführerschaft
Schaden-/Unfall- und Krankenversicherung
2. CEE – Nr. 5 am Markt
3. Neue Geschäftsfelder – SanusX, CHERRISK

Prämienwachstum 2025: ~ 3 %


Ertrag

4. Kostenreduktion Österreich & Synergien AXA CEE
5. Stärkung Profitabilität – Schaden-/Unfallversicherung
6. Stabilisierung Bestand – Lebensversicherung

Gesamtkostensatz 2025: ~ 25 %
Combined Ratio 2025: ~ 93 %
Return on Equity 2025: 8–10 %


Qualität

7. Starke Solvenzposition
8. Attraktive Dividende
9. Reduktion Schulden (Leverage Ratio)

Solvenzquote 2025: > 170 %
Payout Ratio: 50–60 %
Leverage Ratio 2025: < 35 %

Strategische Eckpfeiler

Bei der Umsetzung dieser ambitionierten Ziele setzen wir auf eine Standardisierung, Simplifizierung und Skalierung unseres bestehenden Geschäfts ebenso wie auf maximale Effizienzsteigerung und die gezielte Erschließung neuer Geschäftsfelder. Wesentliche strategische Eckpfeiler dieses Programms sind:

- **Österreich und CEE bleiben unsere Kernmärkte**

Unsere beiden geografischen Kernmärkte bleiben unverändert Österreich und CEE, wo wiederum Polen, die Slowakei, Tschechien und Ungarn im Fokus stehen. In der Vergangenheit kamen 65 Prozent aller Kundinnen und Kunden, 30 Prozent der Prämien und 25 Prozent der Erträge aus CEE. Durch die erfolgreiche Integration der 2020 erworbenen AXA-Gesellschaften werden in Zukunft 75 Prozent der Kundinnen und Kunden aus CEE kommen, mit denen wir mehr als 40 Prozent der Prämien und mehr als 50 Prozent der Erträge erwirtschaften wollen. Die CEE-Länder gewinnen damit deutlich an strategischer Bedeutung: Denn die breitere Diversifizierung unserer Gewinnquellen verbessert unsere wirtschaftliche Stabilität und macht uns unabhängiger von unerwarteten Entwicklungen in einzelnen Märkten.

- **Optimierung und Ausbau des bestehenden Geschäfts**

Die Basis für die Umsetzung der ambitionierten Ziele von UNIQA 3.0 bilden der bereits im Vorjahr eingeleitete Konzernumbau sowie eine tiefgehende kostenseitige Restrukturierung und Optimierung. Dafür haben wir eine Reihe von kritischen Initiativen definiert. Sie beschäftigten sich mit Themen wie unseren Prozessen, IT und Daten oder Organisationsstruktur ebenso wie mit neuen Geschäftsmodellen oder den von uns angestrebten attraktiven Finanzkennzahlen. In Österreich zielen diese Programme auf eine Absicherung und einen Ausbau der starken Marktposition von UNIQA, insbesondere im Bereich der Krankenversicherung, eine Stärkung der Profitabilität in der Schaden- und Unfallversicherung durch die Reduktion der Verwaltungskosten, effiziente Schadenabwicklung und verbesserte Preisgestaltung sowie auf eine Stabilisierung des Bestands in der Lebensversicherung durch einen verstärkten Fokus auf kapitalschonende und biometrische Produkte ab. In CEE wiederum liegt der Schwerpunkt auf der Integration der AXA-Gesellschaften sowie dem weiteren Ausbau des Geschäfts auf Grundlage des in der Vergangenheit geschaffenen soliden Fundaments und der positiven Wachstums- bzw. Konvergenzaussichten der Region. Wir werden unsere Position unter den Top 5 hier mittelfristig festigen und weiter ausbauen.

Am Standort Österreich wird zudem neben massiven Sachkosteneinsparungen insbesondere der – selbstverständlich von einem Bündel an flankierenden Maßnahmen begleitete – Abbau von rund 600 bestehenden Stellen in den kommenden 24 Monaten für eine nachhaltige Kostensenkung von mehr als 50 Millionen Euro netto pro Jahr sorgen.

■ **Neuer Marktzugang: Gliederung nach Kundensegmenten statt nach Sparten**

Durch die Zusammenführung von UNIQA Österreich und UNIQA International in einer Gesellschaft und die damit verbundene Reduktion der Vorstandsmitglieder haben wir bereits 2020 einen ersten Schritt in Richtung einer kundenzentrierten Organisationsstruktur gesetzt. Mit 1. Jänner 2020 wurden nun alle operativen Versicherungsgesellschaften der UNIQA Group anstelle der bisherigen Spartengliederung nach den Kundensegmenten Retail, Corporate sowie Bank organisiert. Dies erlaubt uns eine wesentlich fokussiertere Ansprache der einzelnen Kundengruppen über die Grenzen von Produktparten bzw. -familien hinweg und soll neben einer weiteren Steigerung von Kundenzufriedenheit und -bindung auch zu Prämienzuwächsen führen. Die Basis dafür bilden die ungebrochen starke Marke UNIQA, ein attraktives, gut überblickbares Produktportfolio, transparentes Pricing, länderübergreifende Zusammenarbeit, kundenspezifische Affinity-Programme sowie ein breites Angebot an digitalen Tools und Services. Wesentlicher Erfolgsfaktor ist auch eine aktiv gelebte Unternehmenskultur, mit der sich UNIQA als Inspiring Coach für ihre jeweiligen Kundengruppen positioniert.

Mit einem Investment von mehr als 500 Millionen Euro hatte UNIQA bereits 2016 das größte Innovationsprogramm in der Firmengeschichte gestartet. Diese Investitionen – sie fließen zum Großteil in das Re-Design unseres Geschäftsmodells, die erforderlichen IT-Systeme sowie digitale Innovationen – zeigen nachhaltig Wirkung. Durch Covid-19 wurde die Entwicklung digitaler Angebote für UNIQA Kundinnen und Kunden zuletzt sogar noch beschleunigt, besonders im Gesundheitsbereich.

■ **Erschließung attraktiver neuer Geschäftsmodelle: CHERRISK und SanusX**

Neben der Vereinfachung und Optimierung unseres Geschäftsmodells und der Reduktion unserer Kostenbasis setzen wir bei der Weiterentwicklung unseres Unternehmens auch auf zwei vollkommen neue, disruptive Konzepte: die rein digitale, App-basierte Vertriebsplattform CHERRISK für einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen sowie das im April 2020 gegründete Tochterunternehmen SanusX, das die Entwicklung unserer Gruppe zu einer holistischen Gesundheitsanbieterin vorantreiben soll. Wir fördern damit gezielt Innovation und entwickeln neue Geschäftsmodelle über die reine Versicherung hinaus.

CHERRISK – digitale Expansion nach Deutschland

Mit ihrer digitalen Zweitmarke CHERRISK (cherrisk.com) expandiert UNIQA – basierend auf den positiven Erfahrungen in Ungarn – nach Deutschland, weitere Schritte in andere Länder Westeuropas können folgen. Als rein digitale Vertriebsplattform bietet CHERRISK einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen an. Mit der App CHERRISK GO wird zudem die Gesundheit der Kundinnen und Kunden auf spielerische Weise gefördert, indem gesundheits-

bewusstes Verhalten belohnt und dadurch gemeinnützige Initiativen unterstützt werden. Der Weg führt somit zurück in Richtung Risikogemeinschaft – und damit zu den Wurzeln der Versicherung überhaupt. Denn mit den gesammelten Bonuspunkten – Cherries genannt – können Kundinnen und Kunden nicht nur ihr eigenes Vermögen absichern und durch risikobewusstes Verhalten Schaden vermeiden, sondern mittels Spenden auch Gutes für die Gesellschaft tun.



Über das Corporate-Incubator-Programm UNIQA Ventures haben wir in den letzten Jahren zudem rund 40 Millionen Euro in Start-ups im FinTech-, InsurTech- und Digital-Health-Sektor investiert und halten hier derzeit 26 Finanzinvestments in ganz Europa. Diese Beteiligungen haben uns nicht nur einen Wertzuwachs eingebracht, sondern – noch viel wichtiger – dank innovativer Geschäftsmodelle auch mehr als 25.000 Neukundinnen und -kunden.

■ Ertrags- und nachhaltigkeitsorientierte Anpassungen im Asset-Management

Zur Stützung der laufenden Erträge wird UNIQA anstelle von Staatsanleihen zukünftig vermehrt in illiquide Assets mit attraktiveren Renditen, so etwa in Infrastructure Debt & Equity, Private Equity sowie Hypothekendarlehen, investieren. Parallel dazu setzt UNIQA auch im Veranlagungsbereich auf eine klare Nachhaltigkeitsstrategie: Gestützt auf die hohe Marktmacht von Versicherungen setzt sie insbesondere den – 2018 beschlossenen und auch schon weitgehend erfolgten – Ausstieg aus dem Kohlegeschäft konsequent fort, als Investorin ebenso wie als Versicherung. Schon heute hat UNIQA rund 600 Millionen Euro in Infrastrukturinvestments und davon rund 200 Millionen Euro in Projekte zur Förderung der Energiewende (Wind- und Solarenergie, Wasserkraft, Energiegewinnung aus Abfall) investiert. Zudem

emittierte UNIQA im Juli 2020 einen Green Bond mit einem Volumen von 200 Millionen Euro. Bis 2025 soll ein Portfolio von 1 Milliarde Euro an nachhaltigen Investments aufgebaut werden.

■ Steigerung des Ertrags für unsere Eigentümerinnen und Eigentümer

Ein zentrales Element von UNIQA 3.0 ist die Absicherung und Stärkung der finanziellen Position der Gruppe, die sich naturgemäß auch auf die Aktionärinnen und Aktionäre von UNIQA positiv auswirken soll. Wir sehen es als unsere Verpflichtung, unseren Eigentümerinnen und Eigentümern sowohl eine angemessene Verzinsung des investierten Kapitals als auch kontinuierlich stabile Dividenden zu bieten. Basis dafür sind die für 2025 formulierten Zielvorgaben für das Prämienwachstum (ca. 3 Prozent), die Combined Ratio in der Schaden- und Unfallversicherung (ca. 93 wProzent), den Gesamtkostensatz (ca. 25 Prozent), den Return on Equity (> 9 Prozent), die Solvenzquote (> 170 Prozent) und die Kundenzufriedenheit (4,5 Sterne von 5). Damit sollte UNIQA in der Lage sein, nicht nur ihre Kapitalkosten nachhaltig zu verdienen, sondern auch ihre Verbindlichkeiten zum Teil zurückzuführen und gleichzeitig solide Dividenden auszuschütten.

SanusX – Gesundheit neu gedacht

Das im April 2020 gegründete Tochterunternehmen SanusX (sanusx.com) verantwortet die Entwicklung der UNIQA Group zu einer holistischen Gesundheitsanbieterin – über das reine Versicherungsgeschäft hinaus. Mit den Menschen und ihren Bedürfnissen im Mittelpunkt entwickelt und skaliert SanusX innovative Geschäftsmodelle, die zu einer gesünderen Gesellschaft beitragen, ganz nach dem Motto: „Stay healthy and get healthy.“ In Summe streben wir mit SanusX bis 2025 einen Umsatz in der Größenordnung von 100 Millionen Euro an.

UNIQA kann dabei auf ihren Erfahrungen als führender Gesundheitsversicherer Österreichs mit dem LARA Netzwerk (Labor, Arzt, Röntgen, Apotheke) mit über 260 Partnerinnen und Partnern, rund 100 VitalCoaches und 5 Spitälern (PremiQaMed) aufbauen und verfügt damit im Gesundheitsbereich schon heute über hohe Kompetenz. Als Antwort auf die steigenden Covid-19-Fallzahlen hat SanusX bereits ein erstes Produkt auf den Markt gebracht: SanusX Health Shield bietet Unternehmen schnelle, einfache und zuverlässige Covid-19-Testungen an individuellen Standorten in ganz Österreich an.



AUFSTIEG in die Top-Liga in CEE

Akquisition der AXA-Tochtergesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien

Rund 5 Millionen Kundinnen und Kunden, 2.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und 800 Millionen Euro Prämie – das sind die Eckdaten jener Gesellschaften der französischen AXA-Gruppe in Polen, der Slowakei und Tschechien, die UNIQA 2020 erworben hat und damit unter die führenden Versicherungsgruppen in CEE aufgestiegen ist. Kaufgegenstand waren Versicherungsunternehmen in den Bereichen Leben und Nichtleben sowie Wertpapierunternehmen, Pensionskassen und Servicegesellschaften der AXA-Gruppe in diesen drei Ländern. Damit ist es UNIQA gelungen, verfügbares Kapital in profitables, Cash generierendes Geschäft zu investieren.

Perfekter strategischer Fit

Die Gesellschaften von AXA fügen sich hervorragend in die langfristige Wachstumsstrategie von UNIQA. Mit ihrem Schwerpunkt auf profitables Retailgeschäft, einem ausgewogenen Produktmix und einem dichten Vertriebsnetzwerk ergänzen sie das bestehende Geschäft der Gruppe ideal. Die UNIQA Group stärkt mit dem Zukauf ihre Position in den hart umkämpften CEE-Wachstumsmärkten nachhaltig und rückt in der Region insgesamt von der Nummer sieben zur Nummer fünf auf. Die von AXA erworbenen Gesellschaf-

ten wurden erstklassig geführt und sind ausgezeichnet im Markt positioniert. Die UNIQA Group gewinnt mit dieser Transaktion Privat- und Firmenkundinnen und -kunden in drei Wachstumsmärkten, in denen sie schon bisher sehr profitabel war. Mit 35 Prozent Lebensgeschäft und 65 Prozent Sachgeschäft ist der Produktmix der Gesellschaften gut ausbalanciert.

20 Jahre erfolgreiche Vorgeschichte in CEE

UNIQA verfügt in CEE über knapp 30 Jahre Erfahrung. Die ersten Schritte in der Region waren Beteiligungen in der Slowakei und Tschechien Anfang der 1990er-Jahre, denen zur Jahrtausendwende weitere Akquisitionen in Kroatien, Polen und Ungarn folgten. Mit dem Launch des langfristigen Strategieprogramms UNIQA 2.0, das 2011 vorgestellt und 2020 abgeschlossen wurde, hatte das Unternehmen die Länder Zentral- und Osteuropas neben Österreich als zweiten Kernmarkt definiert. Die Gruppe tritt in allen Ländern – außer Russland – unter der Marke UNIQA auf.

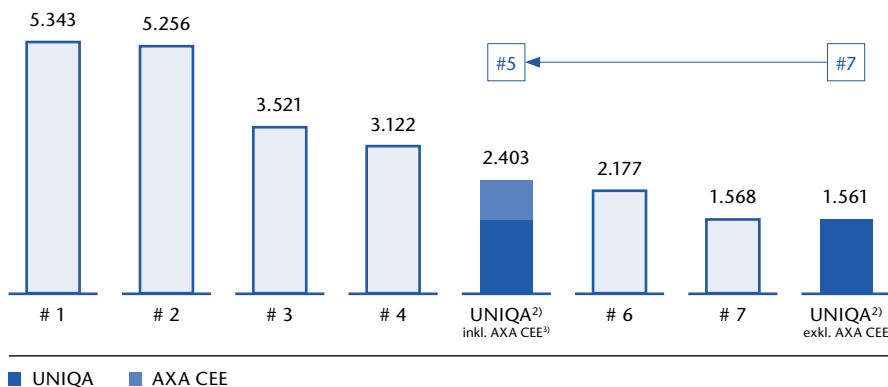
In Polen hatte UNIQA vor der Akquisition mit 1,5 Millionen Kundinnen und Kunden die Nummer zehn im Markt eingenommen, in Tschechien mit 800.000 Kundinnen und Kunden die Nummer sechs und in der Slowakei mit 500.000 Kundinnen und Kunden die Nummer vier. AXA wiederum brachte in Polen 3,2 Millionen Kundinnen und Kunden, in Tschechien 800.000 und in der Slowakei 750.000 Kundinnen und Kunden ein, wodurch UNIQA gemessen an der Prämie in Polen und Tschechien zur Nummer fünf aufstieg und in der Slowakei Platz vier weiter festigte.

Region mit hohem Potenzial

Die Gruppe investierte mit dieser Transaktion in drei Wachstumsmärkte Osteuropas, in denen mehr als 50 Millionen Menschen leben und deren Wirtschaft in den letzten Jahren

Aufstieg unter die Top 5 in CEE¹⁾

Bruttoprämien in Millionen Euro



¹⁾ Exklusive Russland, bereinigt um Währungseffekte

²⁾ Inklusive Russland

³⁾ Inklusive Pensionen

deutlich stärker gewachsen ist als die österreichische. Mit Wachstumsraten von 3 Prozent im Durchschnitt der letzten zehn Jahre liegt das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts dieser Länder deutlich über jenem Österreichs von etwa 1,6 Prozent. Da die hohe Wirtschaftsdynamik in CEE nach Einschätzung aller Expertinnen und Experten langfristig anhalten und dabei weiterhin signifikant über jener Österreichs bzw. Westeuropas liegen dürfte, hat UNIQA mit dieser Transaktion in nachhaltiges und anhaltendes Wachstum investiert.

Einmalige Gelegenheit, zügiges Closing

Mit einem Kaufpreis von rund 1 Milliarde Euro war dies sowohl der größte Unternehmenszukauf in der Geschichte der UNIQA Insurance Group AG (UNIQA) als auch die bis dato größte Akquisition der österreichischen Versicherungswirtschaft in Zentral- und Osteuropa. Die Anfang Februar 2020 mit AXA vereinbarte Transaktion wurde nach Erteilung aller notwendigen Genehmigungen am 15. Oktober formal abgeschlossen. Trotz der herausfordernden Situation und umfangreicher Reisebeschränkungen infolge von Covid-19 wurde das Closing damit binnen acht Monaten zügig umgesetzt. Bereits im Juli hatte die EU-Kommission die Übernahme genehmigt, danach erfolgten die aufsichtsrechtlichen Freigaben in den betroffenen Ländern.

Zügige Integration und Nutzung von Synergien

Unmittelbar nach dem Closing am 15. Oktober begann die Integration der erworbenen Gesellschaften, die laut aktuellem Plan bis Ende 2022 zum größten Teil abgeschlossen

sein soll. Bereits ab 2021 erwartet UNIQA signifikante Ergebnisbeiträge aus den neuen Unternehmen, die mit dem Fortschreiten der Integration weiter zunehmen sollen. Mit einem aktuellen Prämienvolumen von knapp 850 Millionen Euro soll der Beitrag der AXA-Gesellschaften inklusive Synergien bis 2025 auf etwa ein Viertel des Gesamtergebnisses vor Steuern anwachsen.

Wesentliches Ziel der Integration der übernommenen Gesellschaften in die UNIQA Group ist die Erschließung von Synergien und die Nutzung von Skaleneffekten, die in Summe positive Effekte in der Größenordnung von jährlich bis zu 45 Millionen Euro ab 2023 bringen sollen. Dies setzt allerdings substanzielle Investitionen voraus, die bis ins Jahr 2022 reichen werden. Die genannten Einsparungen entsprechen 15 bis 20 Prozent der aktuellen Kostenbasis sowohl der bestehenden als auch der neuen Tochtergesellschaften und beinhalten auch eine Personalreduktion um 600 bis 700 Vollzeitkräfte. An konkreten Maßnahmen stehen die Konsolidierung zahlreicher Funktionen, die Einführung des neuen Target Operating Model von UNIQA, die forcierte Digitalisierung und Automatisierung, die Konsolidierung von Systemen und Projekten sowie die Harmonisierung der IT-Plattformen an. Parallel dazu wird die erweiterte UNIQA Group in CEE von der komplementären Erweiterung ihrer Produktpalette und der Nutzung des in den AXA-Gesellschaften vorhandenen Know-hows profitieren.

Fit in die ZUKUNFT

Kostenreduktion und Effizienzsteigerung in Österreich

Ein wesentliches Element von UNIQA 3.0 – und eine zentrale Voraussetzung für die Erreichung der ambitionierten Ziele des Programms – ist eine tiefgehende kostenseitige Restrukturierung und Optimierung unseres bestehenden Geschäfts. In Zeiten negativer Renditen auf Staatsanleihen, die die Erträge sowohl unserer Kundinnen und Kunden als auch unserer Aktionärinnen und Aktionäre bedrohen, müssen wir die hohen Verwaltungskosten reduzieren. Auch im internationalen Vergleich haben wir hier Aufholpotenzial gegenüber den besten Mitbewerbern. Insgesamt werden wir – im Vergleich zu 2019 – netto 50 Millionen Euro pro Jahr an Administrationskosten einsparen. Der Großteil davon wird in Österreich erzielt werden.

Gemessen an der Kostenbasis des Jahres 2019 entspricht dies einer – durchaus ehrgeizigen – Reduktion der Verwaltungskosten um nicht ganz 10 Prozent. Da gleichzeitig hohe Investments für IT und die Erfüllung neuer regulatorischer Anforderungen anfallen, bedeutet dies ein Reduktionsziel von brutto rund 125 Millionen Euro pro Jahr, die wir bis 2022 erreichen müssen. 70 Prozent davon – also ungefähr 85 Millionen Euro pro Jahr – betreffen die Sachkosten, etwa 30 Prozent bzw. 40 Millionen Euro die Personalkosten. Dies bedeutet eine Reduktion unseres Mitarbeiterstands in Österreich um etwa 600 Vollzeitkräfte.

Zu dieser Kostenreduktion werden alle Unternehmensbereiche beitragen, vom Vertrieb und der IT, die in absoluten Zahlen am stärksten betroffen sein werden, bis hin zum Finanzbereich und der allgemeinen Verwaltung. Von den Kostenarten her stehen externe IT- und sonstige Beratungskosten im Vordergrund, die vor allem durch die Redimensionierung und verstärkte interne Umsetzung von Projekten eingespart werden sollen. Ein weiterer wesentlicher Faktor wird die Optimierung unserer Standorte über ganz Österreich hinweg sein.

Insgesamt streben wir konzernweit bis 2025 einen Gesamtkostensatz von 25 Prozent in Bezug auf das Prämienvolumen an; gegenüber dem aktuellen Stand bedeutet dies eine Reduktion um rund 4 Prozentpunkte. Unserem Ziel, uns als bester Dienstleister und attraktivster Arbeitgeber der Branche zu positionieren, tut dies jedoch keinen Abbruch. Dafür sorgen die angestrebte Verschlinkung unserer Organisation, umfangreiche Prozessvereinfachungen und ein strikt kundenzentrierter Marktzugang ebenso wie eine Vereinfachung und Standardisierung unseres Produktportfolios und eine Optimierung unserer Preisfindung.

Breites Bündel an Maßnahmen

Eine Fülle von Einzelmaßnahmen steht hinter diesen Gesamtzielen und zieht sich quer durch alle Unternehmensbereiche und Aktivitäten von UNIQA in Österreich:

- Einen wesentlichen Maßnahmenbereich bildet die **Optimierung unseres Standortnetzwerks**. Hier sind etwa die Schließung von 35 Service Centers und die Entwicklung von erfolgreichen Außendienstmitarbeiterinnen und -mitarbeitern zu Generalagenturen zu nennen. Statt neun Landesdirektionen werden darüber hinaus künftig nur mehr drei Hubs (West, Mitte und Ost) Partnerservice-, HR- und Verwaltungsaufgaben wahrnehmen.

Diese Maßnahmen werden nicht nur die Personalkosten reduzieren, sondern auch bei den Sachkosten signifikante

Einsparungen ermöglichen. Zusätzlich wird strikte Kostendisziplin zur Erfüllung der Ziele auf Ebene der Landesdirektionen beitragen.

Weitere Einsparungen bei den Personal- und auch bei den Sachkosten sollen eine Verschlankung und ebenfalls strikte Kostendisziplin in der Zentrale bringen.

- Parallel dazu planen wir eine Reihe von **Verbesserungen im Vertrieb**: Verbunden mit der bereits erwähnten Entwicklung von erfolgreichen Außendienstmitarbeiterinnen und -mitarbeitern setzen wir hier künftig auf einen Wachstumskurs der profitablen Agenturschiene. Dies steigert nicht nur unsere Präsenz vor Ort, sondern reduziert gleichzeitig unsere Verwaltungskosten. Weitere Einsparungen wird eine Anpassung der Führungsspannen im Außendienst bringen. Unsere Zusammenarbeit mit den Maklerinnen und Maklern wollen wir künftig zudem auf Basis einer individuellen Ertragsbewertung steuern.
- Um unsere **Produktpolitik und Vertriebssteuerung** künftig noch zielgenauer zu gestalten, werden wir Marktforschung, Produktmarketing, Produktentwicklung, Pricing, Vertrieb und Kundenmanagement künftig nach Kundengruppen (Retail/Corporate) jeweils in einem Bereich zusammenführen. Durch diese End-to-End-Ausrichtung sollen unsere Entscheidungsprozesse und die Umsetzung beschlossener Maßnahmen wesentlich effizienter und effektiver werden.

Gleichzeitig planen wir eine Bereinigung und Modularisierung unserer gesamten Produktlandschaft. Deren Weiterentwicklung wird durch tägliche Kundenbefragungen erleichtert, die laufendes Feedback gewähren und einen Rückkopplungsprozess für Maßnahmen und deren allfällige Korrektur ermöglichen. Gestützt auf unser neues CRM-System und die sehr erfolgreiche App myUNIQplus werden wir die

Kundenbindung neu ausrichten. Einen besonderen Fokus legen wir dabei neben der Betreuung unserer treuen Stammkundinnen und -kunden auf Neukundinnen und -kunden unter 27 Jahren, weil wir bei dieser Gruppe noch Aufholpotenzial im Versicherungsbereich sehen.

Um beim Ausbau unseres Kundenportfolios den Ertrag nicht aus den Augen zu verlieren, erstellen wir künftig Ertragsprognosen auf Ebene einzelner Kundinnen und Kunden und verknüpfen diese direkt mit unserem Pricing-Regelwerk. Damit sorgen wir nicht zuletzt für eine positive Risikoselektion. Generell setzen wir auf risikoadäquates und marktgerechtes Pricing mit kurzer Time-to-Market sowie eine durchgängige Pricing-Systematik über alle Vertriebswege.



Effiziente Organisationsstruktur



Kundenzentrierte Prozesse



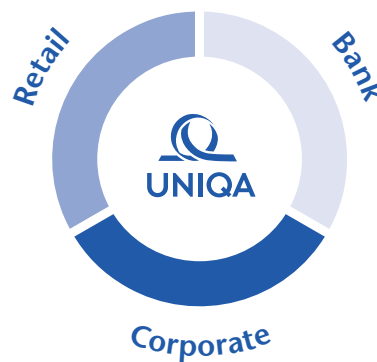
Höhere Produktivität

Was uns **WICHTIG** ist

Transparenz, Dialog
und Fairness.

INSPIRING COACHES

für unsere Kundinnen und Kunden



Im Zuge der Formulierung des neuen Strategieprogramms UNIQA 3.0 haben wir auch unsere Vision neu gefasst. Ihre zentralen Sätze lauten: „Als Inspiring Coaches wollen wir verlässliche Begleiterinnen und Begleiter unserer Kundinnen und Kunden für die Verbesserung ihres Lebens sein. Menschen wollen, dass man sich kümmert – und wir machen das besser als alle anderen. Wir werden der führende Anbieter unter den Dienstleistern für ein besseres Leben sein.“ Um diesen ambitionierten Anspruch in die Realität umzusetzen, haben wir die Marktbearbeitung und damit die Betreuung unserer Kundinnen und Kunden mit Jahresbeginn 2021 auf vollkommen neue Beine gestellt und sind damit von der ursprünglichen Spartengliederung auf eine Gliederung nach Kundensegmenten übergegangen. Eine Fülle von weiteren Maßnahmen begleitet diese grundlegende Neuorientierung.

Alle operativen Versicherungsgesellschaften der UNIQA Group wurden mit 1. Jänner 2021 anstelle der bisherigen Spartengliederung nach den Kundensegmenten **Retail**, **Corporate** und **Bank** organisiert. Dies erlaubt eine wesentlich fokussiertere Ansprache der einzelnen Kundengruppen über die Grenzen von Produktparten hinweg und soll neben einer weiteren Steigerung der Kundenzufriedenheit auch zu Prämienzuwächsen führen. Die Basis dafür werden – neben unserer ungebrochen starken Marke UNIQA – ein attraktives, gut überblickbares Produktportfolio, transparente Preisgestaltung, länderübergreifende Zusammenarbeit, kundenspezifische Affinity-Programme sowie ein breites Angebot an digitalen Tools und Services bilden.

Ein wichtiger Baustein dafür ist die konsequente Digitalisierung unseres Geschäfts, für die wir bereits 2016 den Grundstein gelegt haben: Das damals verabschiedete Investitionsprogramm von mehr als 500 Millionen Euro ist das größte Innovationsprogramm in der Firmengeschichte. Diese Investitionen – sie fließen zum Großteil in das Re-Design unseres Geschäftsmodells, die erforderlichen IT-Systeme sowie digitale Innovationen – zeigen nachhaltig Wirkung. Durch Covid-19 wurde die Entwicklung digitaler Angebote für UNIQA Kundinnen und Kunden zuletzt noch beschleunigt, besonders im Gesundheitsbereich.

Je nach Region und Kundensegment folgen aus der grundlegenden Neuorientierung unseres Marktzugangs unterschiedliche Detailstrategien und entsprechende Maßnahmen, die nachfolgend im Überblick dargestellt werden:



UNIQA Österreich

In Österreich streben wir eine Absicherung und einen Ausbau unserer starken Marktposition, insbesondere im Bereich der Krankenversicherung, und eine Stärkung der Profitabilität in der Schaden- und Unfallversicherung an. Gleichzeitig arbeiten wir an einer massiven Kostensenkung und Effizienzsteigerung (siehe auch Kapitel „Fit in die Zukunft“, Seite 26). Damit schaffen wir die Basis dafür, dass wir unseren Kundinnen und Kunden weiterhin höchste Qualität im Versicherungsmarkt zu wettbewerbsfähigen Preisen bieten können. Gleichzeitig unterstützt dies unser übergeordnetes Ziel, uns als bester Dienstleister und attraktivster Arbeitgeber der Branche zu positionieren. Dafür sorgen die angestrebte Verschlankeung unserer Organisation, umfangreiche Prozessvereinfachungen und ein strikt kundenzentrierter Marktzugang ebenso wie eine Vereinfachung und Standardisierung unseres Produktportfolios.

- Betrachtet nach Kundensegmenten, streben wir in unserem Heimmarkt im Bereich **Retail** – er umfasst rund 2,6 Millionen Kundinnen und Kunden – im Exklusivvertrieb weiteres Wachstum an. Regelmäßige Kundenertrags-Ratings helfen uns dabei, unser Angebot noch zielgruppenorientierter zu gestalten, und unterstützen gleichzeitig die angestrebte Profitabilitätssteigerung.

Konzentriert auf die Bedarfssfelder Mobilität, Wohnen, Vorsorge und Gesundheit möchten wir unterschiedliche Kundentypen künftig differenziert ansprechen. Umfassende Betreuung mit 360-Grad-Perspektive stellt dabei die UNIQA Customer Platform (UCP) sicher, und digitale Angebote wie myUNIQA oder unsere Kundenbindungsprogramme myUNIQAplus bzw. myUNIQAplus Jugend ergänzen das Angebot und antworten insbesondere auf die verstärkte Nachfrage nach digitalen Services.

UNIQA Österreich: Absicherung und Ausbau der starken Marktposition

- Im Bereich **Corporate** möchten wir uns verstärkt als Unternehmensversicherer vor Ort positionieren. Um unseren Kundinnen und Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ihren individuellen Bedarf bieten zu können, entwickeln wir spezielle Affinity-Lösungen für einzelne Branchen; mittelfristig sollen auch Zusatzservices, z. B. Gesundheitsdienste, folgen. In der Betreuung durch den Corporate Business Navigator, unsere gruppenweite IT-Plattform für Underwriting, Vertrieb und Risikomanagement, unterstützt, setzen wir im Standardgeschäft auch bei Corporatekundinnen und -kunden auf Automatisierung und Digitalisierung.
- Im Segment **Bank** forcieren wir angesichts des Niedrigzinsumfelds den Verkauf fondsgebundener Produkte. Wir unterstützen damit eine nachhaltige langfristige Pensionsvorsorge. In Geschäftsbereichen, die mit dem Finanzierungsgeschäft der Bank verknüpft sind, z. B. Risikoablebens- oder Wohnraumversicherungen, wollen wir wachsen. Um dieses Wachstum optimal zu unterstützen, werden diese Produkte direkt in der regionalen Digitalbank (Mein ELBA, SMART Beratung) abgebildet sein.
- Nach Sparten betrachtet, möchten wir unseren Marktanteil in Österreich in der **Schaden- und Unfallversicherung** durch eine modulare, standardisierte Produktarchitektur weiter erhöhen, während wir in der **Lebensversicherung** angesichts des Niedrigzinsumfelds durch Forcierung fondsgebundener Produkte mit endfälliger Garantie eine ausgewogene Risikoverteilung anstreben. Hier werden in Zukunft weitere nachhaltige Fondsprodukte folgen. In der **Krankenversicherung** schließlich möchten wir – bei Wahrung der hohen Profitabilität – unser stationäres Angebot weiterentwickeln. Parallel dazu arbeiten wir intensiv an der Entwicklung einer automatisationsgestützten Gesundheitsprüfung.

- Ganz im Sinne unserer Kundinnen und Kunden arbeiten wir in Österreich intensiv daran, unsere Produktion zu verbessern. Dies umfasst eine Steigerung der Durchpolizierungsquote in der Schadenerledigung ebenso wie eine Optimierung der manuellen Tätigkeiten etwa durch eine Reduktion auf betriebsnotwendige Serviceelemente, konsequente Prozessvereinfachung und weitere Automatisierung. Dies werden auch die Kundinnen und Kunden durch Serviceverbesserungen deutlich zu spüren bekommen.

UNIQA International

Gestärkt durch die Übernahme der AXA-Tochtergesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien möchten wir das dank hoher BIP-Wachstumsraten und einer im Vergleich zu Westeuropa geringen Versicherungsdichte weiterhin hohe Potenzial in CEE gezielt nutzen. Dabei setzen wir auf eine radikale Transformation unseres Geschäftsmodells durch Digitalisierung, erhöhte Vergleichbarkeit, mehr Transparenz, Hybridangebote für verschiedene Kanäle sowie länderübergreifende kundenzentrierte Angebote. Während wir dabei in unseren vier CEE-Kernmärkten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn in allen Kundensegmenten auf eine Allspartenausrichtung bauen, gehen wir in den restlichen CEE-Märkten je nach Marktgegebenheiten selektiver vor. In Russland setzen wir auf ein Joint Venture mit der RBI, während Liechtenstein als Hub für unsere digitalen Geschäftsmodelle dient. Ab 2022 wird es eine standardisierte Evaluierung nach wirtschaftlichen Kriterien für jedes Land geben.

UNIQA International: Nutzung des hohen Potenzials in CEE

- Im **Retail**-Bereich setzen wir in CEE auf eine länderübergreifende, einheitliche Produktarchitektur, eine weitere Verschlankung unseres Produktangebots, standardisierte Preismodelle und einen Multi-Channel-Ansatz im Vertrieb. Unter diesem Aspekt steht auch die gruppenweite Harmonisierung und Automatisierung unserer Prozesslandschaft. Besonders in unseren vier Kernmärkten soll dies eine deutliche Erhöhung der Servicequalität bringen. Generell legen wir in diesem Kundensegment den Fokus auf serviceorientierte, hybrid- und digitalaffine Kundinnen und Kunden sowie auf Micro-Enterprises und forcieren dabei insbesondere das profitable Non-Motor-Geschäft.
- State-of-the-Art Risk Engineering steht im Bereich **Corporate** weit oben auf unserer Agenda in CEE. Schwerpunkte setzen wir hier in der Sachversicherung und mit Affinity-Programmen, also Angeboten für die Kundinnen und Kunden unserer Kundinnen und Kunden. Employee Benefits in der Kranken-, Unfall- und Lebensversicherung sind ein wichtiges Beispiel dafür. Der bereits erwähnte Corporate Business Navigator ermöglicht bei alledem die zentrale Steuerung über alle Prozessschritte hinweg.
- Im noch kleinen, aber profitablen Kundensegment **Bank**, das wir in CEE gemeinsam mit der RBI und in einigen Ländern zusätzlich mit der Addiko Gruppe und der mBank bearbeiten, legen wir den Fokus auf die Retailkundinnen und -kunden unserer Partnerbanken. Neben einer Weiterentwicklung unseres Produktportfolios stehen hier eine Verbesserung unserer Prozess- und Servicestandards und eine nachhaltige Optimierung unserer Portfolioqualität im Vordergrund. Weitere wichtige Schwerpunkte sind die fortgesetzte Digitalisierung und die Schaffung alternativer Vertriebswege. Die geplante neue Digital Sales Platform (DSP) wird die Omni-Channel-Strategie der Banken voll unterstützen.
- Im Bereich **Operations** stehen auch in CEE die Standardisierung unserer Kernprozesse sowie weiters die IT-Integration der 2020 übernommenen AXA-Gesellschaften im Vordergrund. Übergeordnetes Ziel ist es, interne Komplexität zu reduzieren, um unseren Kundinnen und Kunden rasch und effizient helfen zu können, wenn sie uns brauchen.

ATTRAKTIV(ST)E Arbeitgeberin

Auch für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat sich die UNIQA Group mit ihrem neuen Strategieprogramm UNIQA 3.0 einiges vorgenommen. Übergeordnetes Ziel ist es, bis 2024 die attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu werden. Konkret möchte UNIQA dafür zumindest 4,5 Sterne auf einer Skala von 1 bis 5 erreichen. Eine Fülle von Maßnahmen wurde dafür konzipiert und soll in den nächsten Jahren konsequent umgesetzt werden, und das in einem auch im Bereich Human Resources nicht gerade einfachen Umfeld.

So wie die UNIQA Group insgesamt steht auch ihr HR-Management vor erheblichen Herausforderungen. Deshalb bedarf es auch bezüglich der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer klaren Strategie und vielfältiger Maßnahmen, um die ambitionierten Ziele der neuen Konzernstrategie UNIQA 3.0 erreichen zu können. Dies machen schon externe Anforderungen wie die allumfassende Digitalisierung, neue Jobprofile und Arbeitsmodelle, neue Arbeitstechniken sowie geänderte Ansprüche potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unvermeidlich. Sowohl das Arbeiten per se verändert sich durch neue Tätigkeiten und Jobs, digitale Medien und Homeoffice gerade massiv, gleichzeitig ändern sich die Anforderungen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denn es werden zunehmend andere, neue Fähigkeiten benötigt, und auch die räumliche Arbeitswelt ist einem deutlichen Wandel unterworfen.

Daneben bestehen bei UNIQA vielfältige interne Herausforderungen, so etwa eine bevorstehende Pensionierungswelle am Standort Österreich, die Anforderung noch stärkerer gruppenweiter Harmonisierung von HR-Standards und -Prozessen sowie eine insgesamt angespannte Ressourcensituation. Die Coronapandemie, die Integration der von

AXA erworbenen Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien sowie die Vorbereitung und Umsetzung des in Österreich gerade laufenden Mitarbeiterabbaus haben die Anforderungen für HR im abgelaufenen Jahr noch zusätzlich erhöht.

Positiv fällt umgekehrt die sehr hohe Mitarbeiterzufriedenheit bei UNIQA ins Gewicht, flankiert von der sehr gut verankerten Marke. Bewertungen von 3,9 von 5 Sternen in einer Mitarbeiterbefragung in Österreich im August 2020 und von 4,0 von 5 Sternen auf kununu bekräftigen diesen Befund.

Ungeachtet dessen muss UNIQA, um auch künftig im Wettbewerb um die besten Talente bestehen zu können, in vielen Bereichen Veränderungen und auch Verbesserungen umsetzen – vom HR-Management bis hin zur Gestaltung der Arbeitswelt. Kurz gefasst, stehen hier drei Stoßrichtungen im Vordergrund:

- Schaffung einer attraktiven **Employee Experience** von Rekrutierung und Onboarding bis zum Austritt; digitale Lösungen, schnelles Feedback und laufende Verbesserung sind wesentliche Elemente davon
- Verankerung von mehr Offenheit, Eigenverantwortung und Innovationskraft in einer **neuen Unternehmenskultur**, in der die kollektiven Ziele über jenen der bzw. des Einzelnen stehen und die sinnstiftendes Arbeiten ermöglicht
- Sichtbarmachen der Veränderung durch die Gestaltung einer **Arbeitswelt der Zukunft**, die flexibel in Zeit und Ort ist und Arbeitsräume bietet, die auf unterschiedliche Arbeitstätigkeiten abgestimmt sind

Vier strategische Eckpfeiler, ...

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource und das eigentliche Kapital von UNIQA. Auf dem Weg zur attraktivsten Arbeitgeberin der Finanzdienstleistungsbranche investieren wir deshalb gezielt in bestehende und künftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und verstärken gleichzeitig unsere diverse, leistungsorientierte und menschliche Kultur. Dies soll sich nicht zuletzt

Vier strategische Eckpfeiler definieren dabei insgesamt unseren Kurs:

1 People & Culture

Wir transformieren unsere Unternehmenskultur und bieten eine herausragende Employee Experience.

2 Brand & Communication

Wir bleiben die führende Marke unserer Region, auch als Arbeitgeberin.

3 Sustainability

Wir verankern ökologische und soziale Zielsetzungen tief in unserer Unternehmensführung.

4 Diversity

Wir fördern Vielfalt aus Überzeugung, denn sie schafft Innovation und Wachstum.

auf das Employer Branding von UNIQA entsprechend niederschlagen.

... fünf zentrale Handlungsfelder für HR

Was den Strategiebereich „People“, also den unmittelbaren Bereich Human Resources betrifft, haben wir fünf zentrale Handlungsfelder definiert, in denen wir in den nächsten Jahren an einer Verbesserung unserer Attraktivität als Arbeitgeberin arbeiten wollen. Übergeordnete Ziele sind bei alledem die Verbesserung der gesamten „Employee Journey“ sowie die Einleitung der im Rahmen von UNIQA 3.0 angestrebten Kulturtransformation.

- Das Handlungsfeld **Employee Experience** bildet den ersten wesentlichen Eckpfeiler. Hier werden wir unseren Recruiting-Prozess weiter professionalisieren, ein gruppenweit harmonisiertes Bewertungssystem (Fünf-Sterne-Rating) schaffen und das Onboarding ebenso wie das Offboarding weiterentwickeln. Wir schaffen dadurch gruppenweite Mindeststandards, die wir auf Basis von strukturiert erhobenem Mitarbeiterfeedback kontinuierlich verbessern werden. Dadurch stellen wir in allen Geschäftsfeldern sicher, dass wir die von uns engagierten Talente bestmöglich integrieren und halten können. Unseren Erfolg messen wir anhand der Mitarbeiterzufriedenheit. Weitere zentrale Bausteine dieses Handlungsfelds sind die geplante Entwicklung von Karrierepfaden und die Etablierung der Marke UNIQA als führende Employer Brand Österreichs.
- Das Handlungsfeld **Employee Engagement** vermittelt, gestützt auf unser strategisches Manifest und

unsere nichtfinanzielle Strategie, das Zielbild einer gemeinsam gelebten Unternehmenskultur. Ziel ist es, eine Kultur zu schaffen, die auf Gemeinschaft beruht und in der gesamten Gruppe denselben Prinzipien folgt. Dadurch sollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Regionen und Geschäftsfeldern darin unterstützt werden, eine gelebte End-to-End-Verantwortung zu etablieren und die crossfunktionale Zusammenarbeit zu verbessern. Dazu wird das Thema Unternehmenskultur bei UNIQA ganz konkret formuliert und messbar gemacht. Umfassendes Change-Management und glaubwürdige interne Kommunikation sollen die neue Unternehmenskultur erlebbar machen, die durch die Etablierung eines sogenannten „Culture Radar“ auch gut erfassbar sein wird.

- Im Handlungsfeld **Learning & Leadership** gestalten wir neue Leadership-Programme, und gleichzeitig rückt die Performancemessung stärker in den Fokus. Schrittweise etablieren wir eine neue Vergütungssystematik mit längerfristigem Charakter, die erstmals auch nichtfinanzielle Ziele beinhaltet. Darüber hinaus arbeiten wir an der Definition einer „Learning“-Strategie. Konkrete Ziele sind unsere Befähigung zu agilen Arbeitsweisen, die Vorbereitung auf zukünftige digitale und hybride Arbeitswelten sowie die Sicherstellung von verpflichtender Weiterbildung. Mit alledem fördern wir den effektiven und effizienten Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und begleiten zudem unsere Transformation im internationalen Umfeld.
- Unsere Initiativen im Handlungsfeld **Digital Skills** bilden die Basis für fast alle anderen Aktivitäten im HR-Bereich. Ausgehend von neuen Methoden zur Klassifizierung und Segmentierung von Tätigkeiten wird das bestehende System der Personalverwaltung modernisiert und bildet die Basis für neue Analyse- und Analytics-Fähigkeiten. Dies ermöglicht insbesondere die Einführung einer strategischen Personalbedarfsplanung, die eine vorausschauende, zukunftsorientierte Planung unserer Fähigkeiten und Ressourcen erlaubt. Durch die Digitalisierung der HR-Prozesse werden zudem unsere Führungskräfte befähigt, ihren Führungsaufgaben deutlich eigenständiger und besser nachzukommen als bisher.
- Nicht erst die Coronakrise hat gezeigt, dass sich durch Digitalisierung und technischen Fortschritt der Arbeitsplatz der Zukunft stark verändern wird. Für UNIQA wird das – auch in einer eigenen Organisationseinheit

verankerte – Handlungsfeld **Future of Work** diesen Prozess kontinuierlich analysieren, technische Möglichkeiten evaluieren und neue Konzepte entwickeln. Im Fokus stehen hier neue agile Arbeitsmethoden (New Way of Working) und Arbeitsformen der Zukunft (Workplace), aber auch Aufgaben wie die Analyse von Arbeits- und Ausbildungsmärkten zur Unterstützung der strategischen Personalplanung. Kurz- und mittelfristig stehen der Ausbau der Möglichkeit zu mobilem Arbeiten, die Einführung von Shared-Desk-Konzepten an allen Standorten, die Unterstützung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Führungskräften bei der Umstellung auf geänderte Arbeitswelten und die Unterstützung der IT bei der Skalierung agiler Arbeitsweisen an.

1 Employee Experience

Wir bieten eine herausragende Mitarbeiterreise entlang konzernweiter Standards.

2 Employee Engagement

Wir gestalten eine Kultur von Inspiring Coaches entlang unserer Haltung und Prinzipien.

3 Learning & Leadership

Weiterentwicklung, Reflexion und Feedforward stehen im Zentrum der Führungsarbeit.

4 Digital Skills

Wir digitalisieren unsere Prozesse und entwickeln eine datenbasierte Steuerung.

5 Future of Work

Wir gestalten die Arbeitsräume und Arbeitsmethoden der Zukunft.

Diversity

Den für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenfalls hochrelevanten strategischen Eckpfeiler Diversity definieren wir entlang eines klaren, nach innen wie nach außen gerichteten Bekenntnisses, dass Vielfalt zu deutlich mehr Innovation und Wachstum führt. Um dies zu unterstreichen, haben wir mit August 2020 die Funktion einer eigenen Beauftragten für Diversity & Inclusion geschaffen. Grundsätzlich stehen bei UNIQA alle Dimensionen von Diversität im Fokus, unmittelbar werden aber drei konkrete Zielsetzungen

mit Hochdruck verfolgt: mehr Frauen in Leitungsfunktionen, gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit sowie gute Zusammenarbeit zwischen Generationen. Parallel dazu haben wir eine umfassende UNIQA Diversitätsstrategie entwickelt. Neben den drei genannten Zielen rücken damit auch Themen wie Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Internationalität und kulturelle Vielfalt, Integration von Menschen mit Behinderung sowie Respekt für jede sexuelle Orientierung und Identität verstärkt in den Blickpunkt.

Im Projekt Diversity@UNIQA arbeiten wir gezielt an der strukturellen und organisatorischen Verankerung und Förderung von Diversität und Inklusion bei UNIQA. Im Bewusstsein, dass die Auseinandersetzung mit den eigenen unbewussten Vorurteilen die wichtigste Voraussetzung für gelebte Diversität ist, fand im September 2020 etwa ein Workshop mit Vorstandsmitgliedern zum Thema „Unconscious Bias“ statt. Als logischer nächster Schritt wurde im neu gestarteten Programm „#leader_ship“ ein verpflichtendes Modul „Unconscious Bias. Inclusive Leadership“ für alle Führungskräfte vorgesehen.

Gleichzeitig haben wir im 4. Quartal 2020 strukturierte Erhebungen zum Thema Diversity gestartet: Ein Beispiel dafür ist der neue Frauen-Karriere-Index, ein wichtiges Instrument zur Standortbestimmung und zur Messung und Steuerung unserer Ziele in Sachen Gleichstellung. Demselben Ziel dient der DisAbility Performance Check, der Ansatzpunkte für effektive Maßnahmen zu mehr Inklusion von Menschen mit Behinderung bei UNIQA liefern soll.

Das im November 2020 gegründete Frauennetzwerk „Frauen mit Power – jetzt vernetzen“ bietet eine Plattform für einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch und damit die Möglichkeit, die berufliche Entwicklung von Frauen zu unterstützen und Barrieren zu identifizieren. Mehr als 70 Frauen haben beim Kick-off einen starken Impuls gesetzt. Dem Diversitätsschwerpunkt Generationenmanagement widmete sich im Juni 2020 die Veranstaltung „Get ready“.

Dass bezüglich der Teilhabe von Frauen an Führungsaufgaben noch ein langer Weg vor uns liegt, zeigen die aktuellen Zahlen: Mit 56 Prozent arbeiten in der UNIQA Group zwar deutlich mehr Frauen als Männer (44 Prozent), bei den Vorstandsmitgliedern in unseren Versicherungsgesellschaften liegt der Frauenanteil gruppenweit jedoch nur bei 23 Prozent, im Management insgesamt bei 42 Prozent.

Nähere Informationen zum Thema Diversity-Management finden sich im Corporate-Governance-Bericht ab Seite 38.

Investment mit POTENZIAL

UNIQA bleibt ein solides Investment. Trotz der Coronapandemie und Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit dem neuen Strategieprogramm UNIQA 3.0 können wir für 2020 auf eine solide Geschäftsentwicklung verweisen und eine Dividende in Höhe von 18 Cent je Aktie vorschlagen. Als Marktführerin in der attraktiven österreichischen Krankenversicherung und dank der abgeschlossenen Akquisition der AXA-Gesellschaften in CEE, die uns zum Top-5-Player in der Region macht, haben wir uns in unseren beiden Kernmärkten hervorragend positioniert. Unser mittelfristiges Wachstumspotenzial ist intakt, und gemeinsam mit der robusten Kapitalausstattung verfügen wir über ein starkes Fundament, auf dem wir erfolgreich die Zukunft gestalten können.

EQUITY STORY

- Marktführerin in der profitablen österreichischen Krankenversicherung
- Integration der AXA-Gesellschaften in CEE bringt signifikanten Ergebnisbeitrag
- Tiefgreifende Kostenreduktion in Österreich
- Solide Kapitalposition
- Steigender Shareholder Return

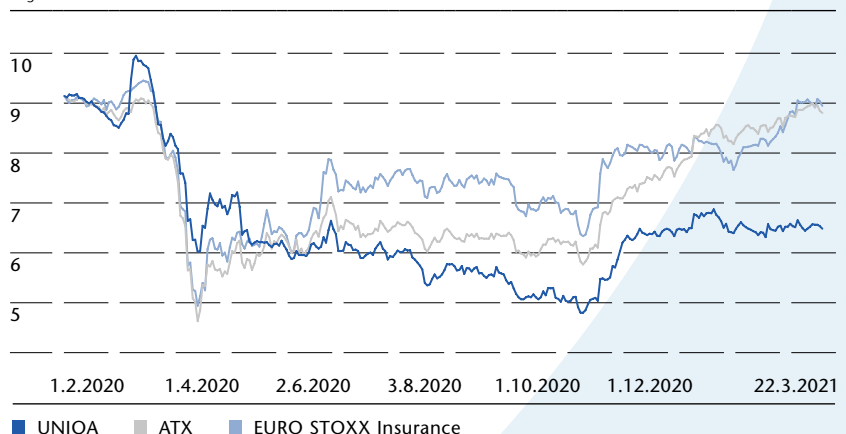
Börsen trotz Covid-19-Pandemie mehrheitlich im positiven Bereich

Das Aktienjahr 2020 begann für die Mehrheit der Aktienmärkte deutlich positiv. Durch das Ausbrechen der Covid-19-Pandemie und die damit verbundenen Lockdowns im 1. Quartal 2020 erfuhr der globale Aktienmarkt jedoch einen drastischen Einbruch. Dank der breit angelegten Rettungsmaßnahmen seitens der Notenbanken und Regierungen konnte die Abwärtsbewegung allerdings bereits Mitte März 2020 abgefangen werden: Das Versprechen, die Finanzmärkte mit Liquidität und die Volkswirtschaften mit staatlicher Unterstützung zu versorgen, führte zu einer Trendwende auf den globalen Aktienmärkten. Als Folge daraus konnten sich die globalen Aktienmärkte bis Jahresende mehrheitlich erholen und teils substanzielle Kursgewinne verzeichnen. Insbesondere die erfolgreiche Entwicklung und Zulassung eines hochpotenten Vazins zur Bekämpfung des SARS-CoV-2-Virus im Oktober 2020 konnte die Erholung der Aktienmärkte weiter befeuern. Am Beispiel des Weltaktienindex MSCI World – er wies per Jahresende 2020 ein Plus von rund 6 Prozent aus – wird klar, dass die Rettungspolitik für den globalen Aktienmarkt trotz der drastischen Einbußen im März erfolgreich war.

Auch in Europa führte der Ausbruch der Covid-19-Pandemie zu einem dramatischen Einbruch auf den Aktienmärkten. Durch die Rettungsmaßnahmen der EZB sowie der jeweiligen Regierungen konnte der Abwärtstrend jedoch auch hier schon im März 2020 abgefangen werden. Allein die Europäische Union hat mit der Auflage des Europäischen Aufbauplans 750 Milliarden Euro zur Bekämpfung der wirtschaftlichen Folgen der Covid-19-Pandemie bereitgestellt. Einen weiteren wesentlichen Beitrag zur Entspannung der Finanzierungsbedingungen in der Eurozone leistete das Anleiheankaufprogramm der EZB (PEPP), da im Jahres-

Entwicklung der UNIQA Aktie

Angaben in Euro



verlauf mehrmals weiter aufgestockt wurde. Die dadurch gesunkenen Renditen der Euro-Staatsanleihen werden nach Marktmeinung jedoch auch in nächster Zukunft auf einem tiefen Niveau verweilen. Im Gegensatz zu den USA konnten die europäischen Aktienindizes bisher dennoch keine vollständige Erholung verzeichnen – der EURO STOXX 50 etwa wies per Jahresende 2020 eine Performance von – 2 Prozent aus. Mit einer Rückkehr auf Vorkrisenniveaus ist laut führenden Wirtschaftsforschungsinstituten frühestens im Jahr 2023 zu rechnen.

Wesentlich für den weiteren Erholungspfad der Wirtschaft sind der weitere Verlauf der Pandemie sowie eine erfolgreiche Impfpolitik.

Die Wiener Börse konnte sich dem Kursverfall auf den internationalen Aktienmärkten nicht entziehen. Der durch zahlreiche Finanztitel geprägte Leitindex ATX büßte bis zu seinem Tiefststand im 1. Quartal knapp 49 Prozent ein. Unterstützt durch die Zulassung des Impfstoffs im Oktober 2020 erholte er sich im Jahresverlauf zwar wieder, wies auf Jahressicht jedoch nach wie vor einen Verlust von rund 10 Prozent aus.

UNIQA Aktie zeigt weiterhin attraktive Rendite

Die UNIQA Aktie ist nach dem erfolgreichen Re-IPO im Oktober 2013 und der damit verbundenen deutlichen Liquiditätssteigerung seit 2014 auch im ATX vertreten. Unter dem Einfluss der Coronapandemie ging der Kurs der UNIQA Aktie im Verlauf des Jahres 2020 nahezu

Kennzahlen UNIQA Aktie

Angaben in Euro

	2020	2019	2018	2017	2016
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31. Dezember	6,40	9,10	7,86	8,82	7,20
Höchstkurs	9,95	9,56	10,46	9,05	7,45
Tiefstkurs	4,78	7,84	7,72	7,09	5,04
Durchschnittl. Börsenumsatz/Tag (in Millionen Euro)	4,3	3,3	4,7	5,6	5,2
Marktkapitalisierung per 31. Dezember (in Millionen Euro)	1.964,6	2.793,4	2.412,7	2.707,4	2.218,5
Durchschnittl. Anzahl der Aktien im Umlauf	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261	308.129.721
Ergebnis je Aktie	0,06	0,56	0,79	0,56	0,48
Dividende je Aktie	0,18 ¹⁾	0,18	0,53	0,51	0,49

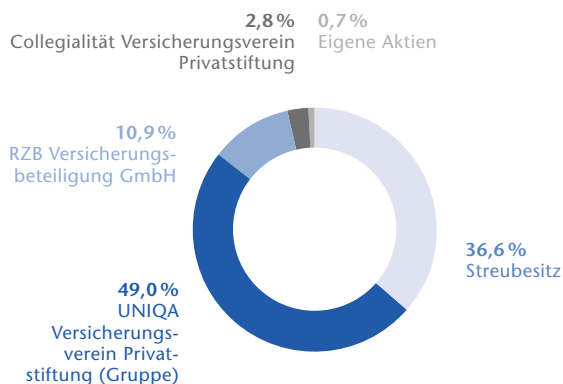
¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

kontinuierlich nach unten. Am 2. Jänner war sie mit 9,14 Euro in das Börsenjahr gestartet und erreichte am 12. Februar ihren Jahreshöchststand von 9,95 Euro. In weiterer Folge sank der Aktienkurs jedoch auf rund 6 Euro und verblieb über die Sommermonate in diesem Bereich. Am 29. Oktober 2020 erreichte die UNIQA Aktie ihren Jahrestiefststand von 4,78 Euro, um danach wieder leicht zu steigen. Letztlich schloss die UNIQA Aktie das Börsenjahr 2020 mit 6,40 Euro und verzeichnete damit im Jahresvergleich einen Verlust von etwa 30 Prozent. Der Benchmark-Index für die europäische Versicherungsbranche, der EURO STOXX Insurance, verlor im selben Zeitraum rund 11 Prozent. Anfang des Jahres 2021 bewegte sich der Kurs der UNIQA Aktie seitwärts und lag am 22. März 2021 bei 6,47 Euro.

Finanzkalender 2021

20.5.	Ergebnis 1. Quartal 2021, Solvency and Financial Condition Report 2020
21.5.	Nachweisstichtag für die ordentliche Hauptversammlung
31.5.	Ordentliche Hauptversammlung
10.6.	Ex-Dividendentag
11.6.	Nachweisstichtag für die Dividende
14.6.	Dividendenzahltag
19.8.	Halbjahresfinanzbericht 2021
18.11.	Ergebnis 1.–3. Quartal 2021

Aktionärsstruktur

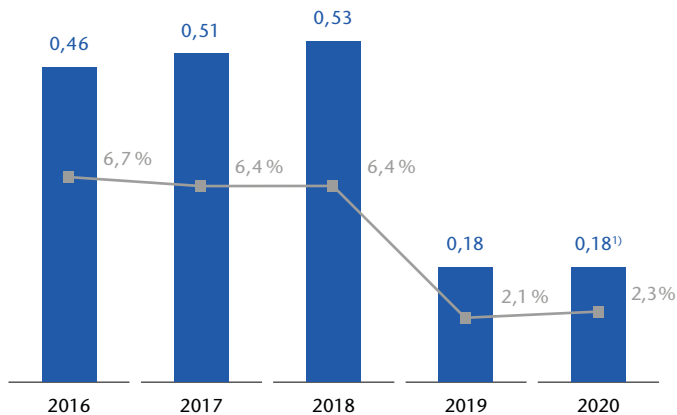


Aktionärsstruktur unverändert

Nach wie vor stabil ist die Aktionärsstruktur der UNIQA Group: Die Kernaktionärin UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (Gruppe) hält insgesamt 49,0 Prozent der UNIQA Aktien. Davon entfallen auf die Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltungs GmbH 41,3 Prozent und auf die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung 7,7 Prozent. Als weitere Kernaktionärin fungiert die Raiffeisen Bank International AG – sie hält über die RZB Versicherungsbeteiligung GmbH einen Anteil von 10,9 Prozent. Die Kernaktionärin

Entwicklung UNIQA Dividende

In Euro indiziert



¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

■ Dividende in Euro ■ Dividendenrendite (Mittelkurs)

Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung schließlich ist mit 3,0 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich weiterhin auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz repräsentiert damit per Ende 2020 mit 36,4 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien und einen Wert von rund 800 Millionen Euro.

Infolge von Stimmrechtsbindungen sind die Anteile der drei Kernaktionärinnen zusammenzuzählen. Zudem bestehen wechselseitige Vorkaufsrechte.

Dividende von 18 Cent – trotz Corona und Restrukturierung

Im Bewusstsein unserer Verantwortung für die langfristige, nachhaltige Entwicklung von UNIQA und das von unseren Eigentümern investierte Kapital ist es uns ein Anliegen, unsere Aktionärinnen und Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Für das Jahr 2020 wird der Vorstand der Hauptversammlung auf Basis des Einzelabschlusses der UNIQA Insurance Group AG die Ausschüttung einer Dividende von 18 Cent je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. In Summe entspricht dies einer Ausschüttung von rund 55 Millionen Euro.

Unsere neue Strategie UNIQA 3.0 beinhaltet klare operative und finanzielle Ziele bis 2025, darunter einen Return on Equity von 8 bis 10 Prozent sowie eine Payout Ratio zwischen 50 und 60 Prozent des Konzernergebnisses. Mittelfristig wollen wir damit die Dividende pro Aktie auf das Niveau der Vor-Corona-Zeit zurückführen und sie im Einklang mit steigenden Unternehmensergebnissen jährlich erhöhen.

Informationen UNIQA Aktie

Wertpapierkürzel	UQA
Reuters	UNIQ.VI
Bloomberg	UQA AV
ISIN	AT0000821103
Marktsegment	prime market der Wiener Börse
Handelssegment	Amtlicher Handel
Indizes	ATX, ATX FIN, VÖNIX, MSCI Europe Small Cap
Aktienanzahl	309.000.000

Mit der Financial Community laufend im Gespräch

Wir legen größten Wert darauf, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, Analystinnen und Analysten sowie die gesamte Financial Community regelmäßig, aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung des Unternehmens zu informieren. In diesem Sinne stand das Managementteam von UNIQA Anlegerinnen und Anlegern sowie Analystinnen und Analysten auch 2020 auf zahlreichen Roadshows und Investorenkonferenzen Rede und Antwort und führte eine Vielzahl von Einzelgesprächen. Sämtliche Berichte und Unternehmensinformationen sind auch online über www.uniqagroup.com abrufbar. Darüber hinaus steht Ihnen unser Investor-Relations-Team jederzeit gerne für individuelle Anfragen zur Verfügung:

RESEARCH

Derzeit veröffentlichen folgende Investmentbanken regelmäßig Research-Berichte zur UNIQA Aktie:

- Commerzbank
- Erste Group Bank
- J.P. Morgan
- Kepler Cheuvreux
- Raiffeisen Centrobank

UNIQA Insurance Group AG
Investor Relations
Untere Donaustraße 21, 1029 Wien
Tel.: (+43) 01 21175-3773
E-Mail: investor.relations@uniqa.at